Guía de orientaciones metodológicas para docentes de segundo básico

Emprendimiento para la Productividad II

Producción y costos del proyecto

Autoridades ministeriales

Oscar Hugo López Rivas
Ministro de Educación

Héctor Alejandro Canto Mejía
Viceministro técnico de Educación

María Eugenia Barrios Robles de Mejía
Viceministra administrativa de Educación

Daniel Domingo López
Viceministro de Educación Bilingüe e Intercultural

José Inocente Moreno Cámbara
Viceministro de Diseño y Verificación de la Calidad

Carlos Jacinto Coz
Director general de Educación Bilingüe Intercultural (DIGEBI)

Ana María Hernández Ayala
Directora general de Gestión de Calidad Educativa (DIGECADE)

Samuel Neftalí Puac Méndez
Director general de Currículo (DIGECUR)

Equipo técnico de edición

Equipo de elaboración y coordinación
Fredy Waldemar Xocop Roquel
Autor

Augusto César Montenegro Rangel / Asesor
Aura Violeta Cú / Vice EBI
Ana Isabel Pocón / DIGEDUCA
Adelina Nicho Cúmez / DIGEBI
Juan Carlos Morales / DIGEBI
Lisbeth Son / DIGEBI
Nora Lisseth Martínez / DIGEF
Carmelina Ixcoy / DIGECUR
Comisión del programa innovaciones metodológicas

quipo técnico de DIGEBI
Carlos Marcial López
Subdirector de Políticas Lingüísticas y Culturales Educativa

Coordinación de la publicación
Departamento de materiales educativos de DIGEBI

© MINEDUC
Ministerio de Educación de Guatemala
6a calle 1-87, zona 10, 01010
Teléfono: (502) 2411-9595
www.mineduc.gob.gt / www.mineduc.edu.gt

Guatemala, 2017
Primera edición

Se reservan los derechos de autoría y se autorizan las reproducciones y traducciones siempre que se cite al Ministerio de Educación y/o a los titulares de los derechos de autor como fuente de origen. Lo indicado, en cumplimiento con los artículos 5, 14, 17, 21, 24 y 25 del decreto 33-98 de fecha 19 de mayo de 1998, ley de Derechos de Autor y derechos conexos.

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE
GUATEMALA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

Guatemala, julio de 2018.

Apreciados Docentes:

Cada uno de nosotros tiene múltiples metas; se esfuerza, lucha y trabaja por sus sueños e ideales. Algunos de estos sueños los compartimos en la transformación de la educación en Guatemala.

Creer que estos ideales son posibles de alcanzar, que con dedicación se lograrán los objetivos que se han propuesto, creer que su empeño y el cansancio de la labor bien realizada dará buenos frutos, **creer**... es condición indispensable para comprometerse con mayor convicción y lograr el cambio.

Creer es fundamental, pero también se necesita **"querer"**. Es un acto totalmente personal de disposición a comprometerse y poner manos a la obra. Se trata de salir de la comodidad de repetir siempre lo mismo, es estar dispuesto a dar el primer paso, tener iniciativa. El **"querer"** es un acto de voluntad, de dominio propio, de automotivación que nos hace actuar y genera un docente afectivamente comprometido con la transformación y el mejoramiento del aprendizaje en sus alumnos.

Pero falta un elemento fundamental, podemos creer y querer, pero hay que **"saber cómo"**. Podemos equivocar el camino si no sabemos cómo recorrerlo. A esto se refiere la metodología, a la forma, el camino que debe recorrerse para alcanzar la meta. Tenemos claridad de que no existe solo un camino, existen muchas maneras de hacer las cosas bien, por ello una propuesta metodológica no debe ser una camisa de fuerza, no debe limitar la creatividad, impedir que se adapte a los distintos contextos, circunstancias y recursos. Una propuesta metodológica es un modelo, pero el principal responsable del proceso educativo es cada docente en su labor cotidiana de contacto con los estudiantes.

Una guía de orientación metodológica para apoyar la labor docente en el aula. Una guía que incorpora los elementos del Nuevo Paradigma Educativo, como una comprensión del proceso educativo en forma más holística y cosmocéntrica, incorporando los elementos de una nueva comprensión educativa.

Al mismo tiempo es una guía con un explícito, necesario y amplio enfoque intercultural, porque la educación guatemalteca de calidad solamente puede realizarse con el reconocimiento y aprecio de la multiculturalidad y desde la interculturalidad.

También deseo acentuar la importancia de la **innovación**. Es indispensable crear, proponer, buscar nuevos caminos. La innovación como la habilidad de hacer en forma distinta para obtener resultados diferentes y mejores. La innovación metodológica consiste en crear nuevas formas para que se construyan nuevas realidades educativas, porque la educación debe transformar y transformarnos en mejores personas y mejores ciudadanos.

Les invito a que se dejen cuestionar por su realidad educativa, que crean que se puede cambiar, que quieran comprometerse con protagonizar el cambio y se formen continuamente para saber cómo lograrlo.

Dr. Oscar Hugo López Rivas
Ministro de Educación

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
MINISTRO DE EDUCACIÓN
Guatemala, C. A.

www.mineduc.gob.gt Síguenos en:

Tabla de contenidos

I. Introducción 5
Explicación de la iconografía 6
Explicación del uso de la guía 6
Elementos de aprendizaje de las diversas culturas de Guatemala 9
Área curricular. Ciencias Sociales y Formación Ciudadana 12
Análisis estructural de las competencias a las que corresponde la guía 13

II. Abordaje metodológico 15

Experiencias de aprendizaje
1. Cultura empresarial 15

Fase inicial
Actividad 1: Entendiendo la cultura empresarial 16
Actividad 2: Reporteros de la cultura empresarial 17
Actividad 3: Nuestro recorrido 18

Fase de desarrollo
Actividad 1: Conociéndome 20
Actividad 2: ¿Quién soy? 23
Actividad 3: ¿Yo empresario? 26

Fase final
Actividad 1: ¿Cómo me siento? 29
Actividad 2: Autotest 30
Actividad 3: Reporte periodístico 31
Actividad 4: Comunicar la historia de vida 32

Experiencias de aprendizaje
2. Ubicando el rumbo en la generación de nuestro proyecto empresarial 33

Fase inicial
Actividad 1: Algo está pasando en la comunidad 34
Actividad 2: ¿Qué haremos para mejorar? 35
Actividad 3: Definiendo nuestras actividades 36

Fase de desarrollo
Actividad 1: Lluvia de ideas 37
Actividad 2: Macrofiltro 40
Actividad 3: Microfiltro 41

Fase final
Actividad 1: ¿Cómo me siento? 44
Actividad 2: Positivo, negativo e interesante (PNI) 44
Actividad 3: Visionando el negocio 45
Actividad 4: Compartamos nuestra idea de negocio 46

Experiencias de aprendizaje
3. Estudio de factibilidad de mercado en la generación de nuestro proyecto empresarial 47

Fase inicial
Actividad 1: El mercado de mi comunidad 48
Actividad 2: ¿Qué producto beneficiaría más a la comunidad? 49
Actividad 3: Para aprender debemos... 50

Fase de desarrollo
Actividad 1: Minimercado 51
Actividad 2: Buscando nuestro nicho de mercado 54
Actividad 3: Investigación de mercado 58

Fase final
Actividad 1: Autoconocimiento 62
Actividad 2: Nuestros aprendizajes 62
Actividad 3: En búsqueda de un nicho de mercado 63
Actividad 4: Este es nuestro «Nicho de mercado» 64

Experiencias de aprendizaje
4. Producción y costos del proyecto 61

Fase inicial
Actividad 1: Mi presupuesto personal 66
Actividad 2: ¿Cuánto cuesta nuestra idea de negocio? 67
Actividad 3: Cronograma de aprendizaje 68

Fase de desarrollo
Actividad 1: Producción de barriletes 69
Actividad 2: ¿Qué necesitamos para producir? 74
Actividad 3: Costeo de nuestro producto 76

Fase final
Actividad 1: Autoevaluación 79
Actividad 2: Consolidando mi aprendizaje 79
Actividad 3: Calculando el precio de nuestro producto 80

III. Orientaciones al docente 81
Orientaciones metodológicas generales 81
Orientaciones para elaborar experiencias de aprendizaje 83
Orientaciones para el diseño y asignación de tareas 84

Bibliografía 88

I. INTRODUCCIÓN

Una guía es un apoyo en el proceso o camino que debemos recorrer. Nos ayuda, pero no debe limitarnos.

El proceso educativo es, sin duda, una experiencia que requiere de ayuda. Una guía de orientación metodológica es el recurso que se le proporciona a usted, estimado docente, para que pueda mejorar la calidad del proceso educativo que desarrolla junto con los estudiantes.

En una guía metodológica es imposible reflejar la complejidad del hecho educativo y los innumerables factores que intervienen para que tengamos una educación de calidad; sin embargo, es indispensable contar con una propuesta metodológica clara y amplia, que tenga la suficiente profundidad para fundamentar, comprender y orientar la práctica educativa del docente en el aula.

La metodología hace referencia a un plan, a un camino que hay que recorrer para cumplir ciertos objetivos. La metodología es un factor esencial dentro del proceso educativo, ya que permite elegir y sistematizar las estrategias, procedimientos, técnicas y actividades requeridas para concretar el desafío de un aprendizaje de calidad en un contexto específico. Es un proceso siempre interactivo y en construcción, sujeto a evaluación continua.

Una propuesta metodológica depende de los postulados o principios educativos que se consideren válidos, ya que la acción metodológica será la herramienta para analizar, desarrollar y lograr lo que se pretende. En el ámbito educativo se procura conseguir la comprensión de la competencia en forma clara y contextualizada. En nuestra realidad guatemalteca, este gran marco está definido por el Currículo Nacional Base Regional o por pueblos (CNB-PP). Sin embargo, estamos conscientes de que todavía debe construirse el currículo local.

Debe aclararse que no existe metodología que garantice el éxito de un proceso, por la complejidad de factores internos y externos que intervienen en el mismo, pero las metodologías utilizadas en el ámbito educativo sí mantienen una relación directa con el desarrollo y la calidad de la educación. Aun con las mejores herramientas metodológicas y los recursos adecuados, no hay duda de que el componente ético-vocacional es fundamental en el desarrollo de un aprendizaje de calidad.

La presente guía de orientación metodológica para docentes ha sido elaborada desde el modelo de la pertinencia para la calidad y el desarrollo del aprendizaje. Esto significa que toda experiencia de aprendizaje debe plantearse desde la pertinencia pedagógica, la pertinencia lingüístico-cultural y la pertinencia social.

En estas orientaciones metodológicas hemos buscado reflejar los principios de una propuesta educativa socio-constructivista con carácter holístico y cosmocéntrico, que haga énfasis en la perspectiva multicultural e intercultural y en la innovación como herramienta de transformación de las comunidades y de la sociedad guatemalteca.

Explicación de la iconografía

Ícono	Descripción
	El Ícono de «Inicio» sugiere al usuario de esta guía el punto de partida para cada experiencia de aprendizaje. Los íconos utilizados son elementos simbólicos significativos en las diferentes culturas de Guatemala: **Caracol:** Es un elemento simbólico en las diferentes culturas. En la maya representa el concepto del cero; en la cultura garífuna, el caracol es un elemento presente como alimento y como instrumento musical utilizado en ceremonias importantes. Puede comprenderse como un llamado a iniciar el camino. **Sol:** En el universo, el Sol es como el hermano mayor de los planetas. En la cultura maya, el Sol se representa con el nawal Ajpú, la energía que rige muchos aspectos de la naturaleza, como la luz y el calor. Sin él, ningún ser vivo podría subsistir. En varias civilizaciones, el Sol es un elemento importante, símbolo de luz e iluminación.
	El icono de «Desarrollo» se simboliza con caminos integrados por varias líneas entrelazadas que sugieren diferentes rutas, recorridos o pistas que direccionan hacia un mismo fin. Las diversas opciones indican que mientras se tengan claros los aprendizajes integrales esperados y, por ende, las competencias a desarrollar, los caminos que van en un mismo sentido serán más funcionales. El camino es el aprendizaje y existen varias formas de recorrerlo.
	El icono de «Cierre» plantea la visualización del planeta con amor, por ello se presenta en forma de corazón. La fase de cierre hace referencia al alcance de los aprendizajes esperados, desarrollados de forma significativa dentro del concepto del «buen vivir» y asegurando que los aprendizajes sean integrales, respetuosos de la naturaleza y de toda manifestación de vida planteada desde la concepción de cada pueblo que habita Guatemala. Se complementa con el nawal Noj, que en la cultura maya simboliza la sabiduría, que coincide con el saber, saber hacer y saber ser, tal como lo establece el Currículo Nacional Base (CNB).

Explicación del uso de la guía

La guía no debe limitar la creatividad del docente ni su interés por buscar otros recursos. Quizá no se cuente con los recursos o material requerido para realizar algunas actividades; sin embargo, esta situación debe servir para fomentar la iniciativa y capacidad de mediación de los docentes. En lugar de ver obstáculos y acentuar las carencias y dificultades, debe hacer uso de los recursos y medios de los que puede disponer.

La presente guía de orientación metodológica está contextuada en el programa de Innovación Metodológica, programa que apoya el mejoramiento de la calidad educativa y la calidad de aprendizajes en las aulas de las escuelas guatemaltecas.

Esta guía está dividida en tres partes: La primera es introductoria y contiene los elementos teóricos y conceptuales que ayudarán a comprender el sentido y propósito de la misma.

Esta primera parte también contiene orientaciones metodológicas de carácter general. Presenta aquellos elementos indispensables en el aula para la práctica metodológica, aspectos que todo docente debe tener en cuenta en su trabajo. Los elementos deben leerse varias veces con atención y reflexión, incluso se recomienda realizar ejercicios de autoevaluación para darse cuenta si estos elementos pueden ser aplicados en su labor docente cotidiana.

Luego se enfocan algunos elementos de aprendizaje que se practican en cada una de las culturas que conforman nuestro país: ladina, maya, garífuna y xinka. Aunque la totalidad de una cultura y sus procesos de aprendizaje son complejos, es posible identificar y clarificar algunos de estos elementos sin que se pretenda agotarlos.

Para cerrar esta parte introductoria se describe brevemente el área curricular para la que está diseñada esta guía y se identifican las competencias del grado a las que están dirigidas las experiencias de aprendizaje. Estas competencias están explicadas por medio de los aprendizajes conceptuales, procedimentales y actitudinales que se buscan alcanzar para lograr la competencia seleccionada. No estaría completo el panorama sin los indicadores de logro de las competencias seleccionadas. El indicador de logro da el parámetro o criterio para evaluar el logro de la competencia.

La parte de mayor desarrollo de esta guía es la propuesta metodológica.

El centro de esta propuesta está constituido por la **experiencia de aprendizaje**, porque no se trata solo de desarrollar aprendizajes, sino de conseguir que el encuentro educativo constituya una vivencia o experiencia de aprendizaje que le haga sentir y sentirse diferente para construir su vida.

La experiencia deja huella, pues involucra la integralidad de la persona; no va dirigida solamente a la dimensión intelectiva, sino que incorpora elementos afectivo-emotivos en contextos sociales y culturales específicos, tomando en cuenta los valores, anhelos y sueños de los estudiantes; pero también las necesidades, dificultades y desafíos que se le presentan.

La experiencia de aprendizaje va numerada y contiene un título que unifica el pensar y el sentir de todo lo que se plantea en ella.

También tiene una frase inspiradora que puede servir para motivar y hacer reflexionar al docente. Incluso puede servir para escribirla en el pizarrón y compartir una breve reflexión en torno a ella.

A continuación, se transcribe la competencia. De una forma sencilla, se llama la atención centrándose en el para qué de la experiencia de aprendizaje. Enfoca el propósito de la experiencia de aprendizaje que vamos a tener. Todo lo que se propone tiene como meta la obtención de la competencia.

Ahora se hace necesario identificar los temas o contenidos específicos que se van a tratar. Con esta síntesis nos ubicamos en el qué de lo que se va a enseñar. Esto es porque todo aprendizaje y toda conciencia de aprendizaje implica qué es lo que aprendimos. Por eso se identifican claramente los temas o contenidos sobre los que se va a aprender.

Luego tenemos los «recursos metodológicos», en los que se identifican y detallan los métodos y técnicas que se utilizarán para desarrollar la experiencia de aprendizaje. Los recursos metodológicos quieren responder a la pregunta del ¿cómo? vamos a desarrollar la experiencia de aprendizaje. No siempre es clara la distinción entre metodología, método, estrategia, técnica y actividad. Aun con los matices y las implicaciones de cada uno de estos términos, enfatizaremos que se refieren al cómo, al itinerario o camino propuesto para el logro de la competencia por medio del contenido a aprender.

Los recursos metodológicos son presentados en un cuadro de síntesis que hará evidencia en **cómo se va a desarrollar la experiencia de aprendizaje**. Cada método o técnica propuesta llevará una breve descripción de en qué consiste. Seguidamente, se enfocará en su propósito: ¿Para qué se utiliza o para qué sirve más? y, finalmente, se señalarán algunas referencias para que se pueda profundizar: ¿En dónde encuentro más sobre ella?

Tenemos, entonces, que la página de inicio de la experiencia de aprendizaje unifica el contenido bajo un nombre específico, identifica ¿qué vamos a aprender? (contenidos); ¿para qué vamos a aprenderlo? (competencia) y ¿cómo vamos a aprenderlo? (metodología).

En síntesis, la experiencia de aprendizaje está estructurada en tres fases claramente identificables y que cumplen propósitos metodológicos específicos. Cada fase se desarrolla mediante una serie de actividades que se describen en forma secuencial y que deben cumplir el objetivo de la fase. Dentro de las actividades de cada fase se incluirán procesos diversos de evaluación, considerando la presencia en todo el proceso de experiencia de aprendizaje.

Fase de inicio

Incluye actividades de motivación y de activación de conocimientos previos; plantea conflictos cognitivos que los ubique para que encuentren sentido a lo que ven y creen vinculaciones afectivas. Fase ideal para la motivación. Esta fase es el momento de plantear un desafío. Son las acciones con las que generalmente se inician o abordan las temáticas. Incluye la contextualización y su propósito es que los estudiantes planteen o evoquen conocimientos y experiencias adquiridos previamente para que los nuevos aprendizajes se vinculen a los problemas, intereses y necesidades de la comunidad. Buscar que se sientan motivados.

Fase de desarrollo

Las actividades propuestas en esta fase proveen estrategias y experiencias para activar las habilidades cognitivas más complejas, como elaborar hipótesis y comprobarlas, organizar información, identificar, obtener conclusiones, etcétera y desarrollar actitudes para construir nuevos aprendizajes.

Estas actividades estarán enfocadas en el desarrollo y fortalecimiento de nuevos aprendizajes y en el desarrollo de habilidades y actitudes elaborados con base científica. Esta fase también implica el aprendizaje de los nuevos contenidos declarativos o conceptuales, habilidades y actitudes que contribuyen al logro de la competencia.

Fase de cierre

Incluye actividades para expresar lo aprendido valiéndose de diversos recursos y formas de expresión. Son actividades enfocadas en la consolidación del aprendizaje y en la aplicación

o transferencia hacia otros contextos o conocimientos para que el aprendizaje trascienda el espacio del aula y se vincule con lo comunitario. Por ejemplo, resumir los aprendizajes, encontrar fenómenos similares en otros seres o espacios, aplicar un conocimiento, representar un fenómeno o comunicar los resultados de un proyecto.
El docente puede realizar una o más actividades de cada fase. Puede modificar y crear otras actividades que le parezcan más relevantes y adecuadas al contexto.

Elementos de aprendizaje de las diversas culturas de Guatemala

Toda propuesta metodológica parte de un contexto y se enmarca en una cosmovisión del mundo, del ser humano y de lo educativo. La multiculturalidad de Guatemala y la riqueza que representa en los procesos de aprendizaje de los diversos pueblos del país, así como lo metodológico, propician que subrayemos algunos elementos útiles para el aprendizaje, y que son característicos y distintivos de la cultura de cada uno de los pueblos de Guatemala.

No se pretende agotar los procesos de aprendizaje vinculados a la comunidad y validados a lo largo de la historia de su pueblo. Más bien, queremos dejar claro que los aquí enfatizados son una opción válida, mas no absoluta ni exhaustiva. Son elementos que podemos tomar en cuenta dependiendo de la pertenencia e identidad cultural del lugar en donde desempeñamos nuestra labor docente.

Algunos elementos de pertinencia cultural y lingüística que no pueden obviarse en el proceso de aprendizaje y que enfatizan la pertinencia cultural y lingüística que deben tener todas las propuestas educativas son:

- Utilizar los conocimientos propios de la cultura incluyendo y ejercitando los elementos epistemológicos específicos de los diversos pueblos de Guatemala. Algunos de estos elementos aparecen en el CNB por pueblos y en la malla curricular, por lo que es indispensable consultarlos.
- La incorporación y vivencia de los valores de la comunidad son tan esenciales como la promoción de espacios de aprendizaje. Esto se entiende desde el rescate de la experiencia cotidiana.
- El encuentro se realiza en el idioma materno, que evidencia el vínculo entre idioma, cultura y vida. Así que se promueve el uso del idioma y los elementos culturales específicos de la comunidad.
- Los estudiantes son protagonistas de su aprendizaje, por lo que es conveniente que participen activamente en diversos espacios de aprendizaje mediante procesos reflexivos, analíticos y proactivos.
- Los aprendizajes encuentran aplicación y sentido en la vida de la comunidad.
- Las autoridades comunitarias, ancianos y ancianas entre otros, tienen un rol educativo, por lo que el centro educativo mantiene interacción con ellos.

- El territorio y el vínculo con la naturaleza es insustituible en el aprendizaje constructivo.
- Los conceptos cosmogónicos de la propia cultura potencian el desarrollo de las capacidades personales.

Elementos de aprendizaje y metodológicos del pueblo xinka

La educación xinka es un proceso de formación, trascendencia y vivencia comunitaria de los conocimientos, principios, valores y prácticas comunitarias. Incluye la investigación, sistematización, interpretación y socialización. Se entiende como un proceso gradual, que respeta la visión y misión de cada persona, en el cual el conocimiento ancestral y energético de la vida es fundamental para la educación integral.

Dentro de las características básicas de la educación del pueblo xinka, la familia y la comunidad ocupan un puesto fundamental, pues corresponde a las mujeres la formación inicial en valores, autoestima y desarrollo emocional de los niños. Se orienta hacia una visión cósmica, cuyo centro de energía es la Luna.

La investigación es indispensable para profundizar en los conocimientos y tecnología del pueblo, así como en la sabiduría.

El pueblo xinka acentúa un enfoque sistémico, holístico y multidisciplinar, así como el fortalecimiento de la identidad cultural y la vida comunitaria y espiritual, por lo que los procesos de socialización son indispensables.

Elementos de aprendizaje y metodológicos del pueblo maya

La gratitud y el agradecimiento es uno de los valores más desarrollados y enseñados en las comunidades mayas. Tan importante es su práctica en la familia y en la sociedad, que está relacionado con la creación de los cuatro primeros hombres y las cuatro primeras mujeres, las cuatro parejas.

Los mayas agradecen los favores recibidos, las represiones, la venida de un nuevo día, la tarde y la noche; agradecen también los consejos que reciben, los saludos y la participación de las personas en reuniones familiares y comunitarias. El agradecimiento constituye, en la convivencia social, un vínculo de unidad y solidaridad. El agradecimiento fortalece la humildad y la dignidad.

«La espiritualidad maya es concreta, no es abstracta, utiliza cosas concretas como símbolos concretos que existen en la naturaleza» (Salazar, M. de J, 2001). En la cultura maya se identifican varios valores que regulan la relación humana con la naturaleza. Cuando estos valores no son observados por las personas, rompen el equilibrio en las relaciones sociales, cuya manifestación es la violencia.

Rumitijul qak'aslem (Idioma maya kaqchikel): El valor del trabajo en nuestra vida. Mitij es la cualidad de las personas creativas, diligentes, responsables y dedicadas al trabajo. Mitijul es la diligencia y esmero que las personas ponen en la realización de sus actividades.

Los ancianos mayas opinan que el grado de violencia en una sociedad es la consecuencia de no saber trabajar y de no trabajar. El valor del mitijul es la disposición para realizar el trabajo material e intelectual con diligencia, precisión y agrado. Mitijul es un valor fundamental para mejorar la eficiencia y la equidad en el desarrollo económico de Guatemala.

Tiqapoqonaj ronojel ruwach k 'aslem (Idioma maya kaqchikel): Significa el valor de proteger todo porque tiene vida. El concepto de este valor es muy alto entre las normas morales y sociales de la espiritualidad maya. Se aplica al supremo valor de la existencia humana y la existencia de la naturaleza; al valor de los actos y las obras humanas y al equilibrio de las cosas; también al espíritu y nahual de las personas y al espíritu y nahual de la tierra, el mar, los ríos y los lagos.

Tiqapoqonaj (Idioma maya kaqchikel): Es la fuerza que ayuda a mantener la relación solidaria entre las personas de la comunidad y entre los pueblos. Los ancianos enseñan a las familias las enseñanzas del *poqonaj,* el cuidado y protección de la vida, las personas, el prójimo, la naturaleza y las cosas.

Elementos de aprendizaje y metodológicos del pueblo garífuna

Una espiritualidad desde la naturaleza y el hidrocosmos con un enfoque holístico y cosmocéntrico: Promover encuentros y diálogos con lo que le da vida y sentido al pueblo: el mar, los ríos y la vida marítima. La relación entre el ser humano y la naturaleza debe ser de respeto y armonía. Las ceremonias a la naturaleza, a los ancestros, al *Hiyuruwa y Gubida* (energía viva y máxima autoridad en todo lo que existe) se integran y dan sentido a la vida.

La familia y el ambiente comunitario alimentan y fortalecen el aprendizaje: Es recomendable que la familia y los adultos participen en el proceso de aprendizaje. También es importante invitar a líderes comunitarios. Existe un fuerte sentido de pertenencia e identidad con su pueblo y la familia, a quien se ama profundamente y se busca su armonía. El respeto es fundamental.

Instrucción hacia lo útil, vinculada con la vida comunitaria: Incluir y socializar técnicas creativas para convivir con el mar. Propiciar encuentros de plenitud espiritual. Visitar lugares y participar en experiencias vitales para la comunidad. Se capacita y educa a la persona para que sea útil en la vida.

Valores de la cultura garífuna, entre otros:

Isiehabuni: Amar, con toda la magnitud de su significado, a la familia y a la sociedad.

Inebesei: Respetar a los demás, especialmente a las personas mayores (padres, abuelos, bisabuelos), así como a niños y niñas.

Aganbadi: Saber escuchar o prestar atención.

Gereruni (Lun gereruba): Cumplir con la palabra dada.

Busiganu: Ser honrado, honorable, decente y respetuoso de sí mismo.

Idehabunei: Ser solidario.

Elementos de aprendizaje y metodológicos del pueblo ladino

La identidad del pueblo ladino y la especificidad de los elementos que lo constituyen es un proyecto por construirse; sin embargo, podemos identificar algunos rasgos.

El vínculo con la familia y el papel que juega la estructura afectiva, cognitiva, biológica, axiológica y social es primordial, por lo que su incorporación a los procesos educativos es fundamental.

El juego, la alegría y los momentos de celebración constituyen elementos metodológicos importantes para el aprendizaje.

El sentido utilitario y pragmático de los aprendizajes es un factor generador de sentido en la construcción de conocimientos.

Los elementos socioafectivos se viven con mayor horizontalidad y con manifestaciones externas más serenas.

Se pueden rescatar con especial énfasis el aprender a ser, aprender a hacer, aprender a aprender y aprender a convivir.

Se acentúan los elementos individuales, con preocupación en la configuración del YO, desarrollando posibilidades de autonomía, conciencia personal y defensa de los derechos humanos.

Sensibilidad a las vivencias de solidaridad y justicia.

Área curricular: Productividad y desarrollo II

El área de productividad y desarrollo se orienta hacia la formación integral del ser humano, permitiéndole participar activamente en procesos de desarrollo económico activo y social tanto en su entorno familiar como escolar y comunitario.

Promueve la equidad de educación y trabajo que contribuye al desarrollo humano de la comunidad. Propicia la vivencia de aprendizajes intergeneracionales en el campo de la producción, el comercio y la economía.

Promueve el desarrollo de competencias y actitudes de valoración relacionadas con el trabajo intelectual y material desde la cosmovisión del pueblo maya y en diversas formas de organización, como procesos productivos de calidad con aprovechamiento sostenible de los elementos que provee la naturaleza y los esfuerzos humanos para el emprendimiento a las mejoras de la calidad de vida en relación con los ciclos naturales del cosmos.

Fomenta el respeto, la conservación y el manejo sostenible de la riqueza natural en proyectos productivos diversos, de acuerdo con las regiones geográficas y las formas de vida de la población. Propicia, para el desarrollo humano con ética, el uso y desarrollo de tecnologías propias de la cultura maya y de otras culturas, así como las tecnologías productivas culturalmente diversas y pertinentes en los ámbitos familiar, escolar y comunitario.

Análisis estructural de las competencias a las que responde la guía

Competencias del segundo grado del ciclo básico	Indicadores de logro
Producto del manejo de información adecuada, promueve acciones que lo motivan a mejorar la organización personal y familiar. (Competencia 1)	▪ Identifica los sectores económicos de su comunidad y región. ▪ Plantea los beneficios de un proyecto de mejora.
Desarrolla procesos productivos con técnicas efectivas y de calidad. (Competencia 2)	▪ Estima el potencial de mercado de un producto. ▪ Realiza una investigación de mercado. ▪ Planifica un proyecto de trabajo socialmente productivo.
Basado en el diagnóstico y resultado de una experiencia, formula propuestas de trabajo comunitario que contribuyen al desarrollo de la comunidad. (Competencia 3)	▪ Genera, en la escuela o la comunidad, productos elaborados con recursos locales que pueden potenciar el desarrollo comunitario. ▪ Relaciona la calidad de los sistemas de producción con los efectos socioeconómicos y ambientales del contexto.

Notas

II. ABORDAJE METODOLÓGICO

1 Experiencia de aprendizaje

Cultura empresarial

«No importa qué tan lento vayas mientras no te detenga»

-Confucio-

Competencia:

Promueve acciones producto del manejo de información adecuada, que le inducen al mejoramiento de la organización personal y familiar.

Temas:

- Emprendimiento para la protección del medio ambiente.
- Autoconocimiento.
- Encontrando la semilla de la cultura empresarial.
- Cultura empresarial.
- Habilidades y conocimientos para crear un negocio.

Recursos metodológicos:

Métodos y técnicas	Descripción	Propósito	Referencias
Estudio de caso	Es una técnica en la cual se desarrollan habilidades tales como el análisis, la síntesis y la evaluación de la información.	Acercar al estudiante a la comprensión de la cultura empresarial a partir de un caso.	http://fido.palermo.edu/servicios_dyc///publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=430&id_articulo=8832
Autoconocimiento	Ejercicio que sirve para mejorar la imagen que tenemos de nosotros mismos. Favorece la introspección.	Reflexionar sobre sí mismo como un requisito para el ejercicio de la cultura empresarial.	https://elfilosofo.files.wordpress.com/2012/09/autoconocimiento.pdf
Juego de roles	Basado en la representación de una identidad diferente a la propia a fin de enfrentar problemas reales o hipotéticos, de una manera informal pero realista.	Retar a los estudiantes a desarrollar su espíritu empresarial por medio del juego de roles.	http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201021093004

Fase de inicio

Inicio

Actividad 1

Nombre de la actividad: entendiendo la cultura empresarial.

Propósito: Acercar al estudiante a la comprensión de la cultura empresarial.

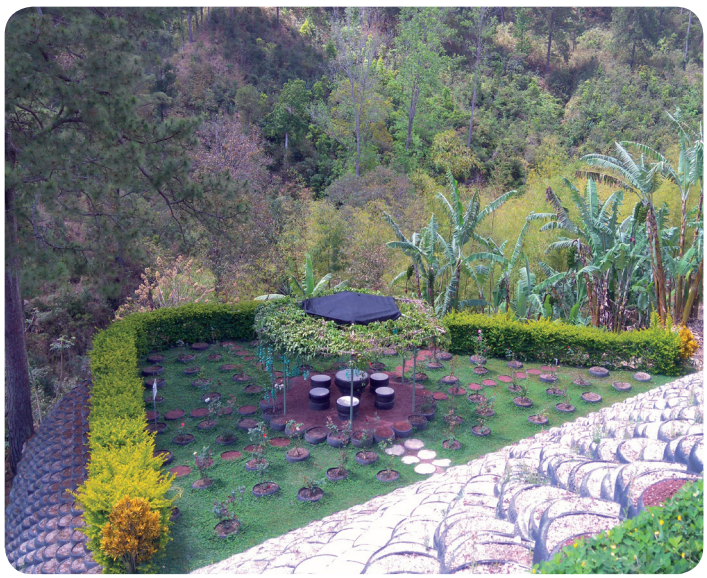
Recursos: Texto impreso, pliego de papel, pizarrón, marcadores, cañonera, computadora y bocinas.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Comparta el siguiente caso con sus estudiantes, puede leerlo, entregar la hoja impresa o, si lo prefiere, puede proyectar el video que encontrará en este vínculo: https://www.youtube.com/watch?v=JopYbKvaWJI o escaneé el siguiente código QR:

Cultura empresarial ecológica

Yovany Guevara es un emprendedor de Olopa, Chiquimula, por más de 15 años ha producido abono orgánico, aprovechando la pulpa natural y los desechos orgánicos, evitando que miles de quintales de químicos sean utilizados en las siembras.



Falta pie de foto

Haciendo una ampliación en su terreno ubicado en Olapa, Chiquimula, trasladó cerca de dos mil camionadas de tierra, pero al llegar la época de lluvia, la misma se encargó de lavar toda la tierra que había sido colocada. El terreno en donde Yovany Guevara vive, está entre la carretera y la orilla del río, por lo que se le ocurrió hacer un muro de piedra, pero al cotizar, los precios del cemento se hicieron imposibles de poder pagar; fue allí en dónde la idea vino a su cabeza, el ingenio junto al **amor por la tierra y la ecología** se pusieron en acción.

Fue así como inició con la **recolección de llantas,** su meta eran tres mil, en dos meses ya había recolectado esa cantidad. Su nueva meta fue de **diez mil llantas,** y al mismo tiempo que recolectaba, iba colocándolas en el espacio disponible, para crear el Eco Muro. Texto tomado de: (Gordillo, 2017)

2. Indique a sus estudiantes que se abordará el tema de la cultura empresarial, que debe ser entendida como acciones, obras o construcciones individuales o colectivas que se hacen o intentan para procurar bienestar económico y social. Evidentemente, Yovany Guevara es un empresario, porque con su aporte busca el bienestar de su comunidad y el equilibrio del medio ambiente.

3. Invite a sus estudiantes a colocarse en círculo y dialoguen sobre las siguientes preguntas:

   - ¿Qué características identifican en Yovany?
   - ¿Tienen alguna idea para proteger el medio ambiente?
   - Describa las características de algún empresario comprometido con el medio ambiente de su comunidad.
   - ¿Por qué debemos emprender en este tema?

4. Escriba en el pizarrón una síntesis de las respuestas a las preguntas. Evalúe si las apreciaciones expresadas por los estudiantes son las que esperaba, sino, realimente las características que usted considere oportunas. Algunos aspectos a considerar son: la identificación de valores que caracterizan al empresario comunitario y las ideas que tiene de protección al medio ambiente.

Actividad 2

Nombre de la actividad: reporteros de la cultura empresarial.

Propósito: retar a los estudiantes a desarrollar su espíritu empresarial por la indagación.

Recursos: texto impreso del desafío y lapicero.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Indique a sus estudiantes que han sido nombrados por la la revista «Desarrollo empresarial comunitario» para entrevistar a empresarios locales sobre sus prácticas empresariales. Los artículos que escribirán serán publicados en una edición especial de la revista del centro educativo en dos semanas.

2. Para lograrlo deben organizarse en grupos de hasta cinco integrantes, con los que formaran un equipo de investigadores-reporteros.

Para enriquecer nuestra práctica docente:

El juego de roles:

Consiste en la representación espontánea de una situación real o hipotética para mostrar un problema o información. Cada alumno representa un papel, pero también pueden intercambiar los roles que interpretan. De este modo pueden abordar la problemática desde diferentes perspectivas y comprender las diversas interpretaciones de una misma realidad. La participación de los estudiantes no tiene que seguir un guion específico, pero es importante una delimitación y una planeación previa a la puesta en práctica del ejercicio.

Fuente: http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/juego_roles.htm

3. Deberán empezar definiendo a quiénes van a entrevistar. Deben incluir en su lista de empresarios a entrevistar a dueños de tiendas, vendedores del mercado, profesionales, empleados, vendedores ambulantes, trabajadores, etc. En tanto más variados sean los empleos de las personas que entrevisten, serán los nuestros resultados.

4. En equipo deberán responder a las siguientes preguntas en una hoja de papel:

   a) ¿A quiénes van a entrevistar? Hagan un listado.

   b) ¿Por qué los han escogido?

   c) Escriban algunas posibles preguntas.

5. Pida a cada equipo de trabajo seleccionar un nombre para identificarse.

6. En la plenaria invite a cada equipo a presentar sus razonamientos. Aquí deberá tener preparada una lista de cotejo para verificar la inclusión de empresarios dedicados al mayor número de actividades económicas posibles.

Actividad 3

Nombre de la actividad: nuestro recorrido.

Propósito: fijar las actividades para la resolución del desafío.

Recursos: pliegos de papel, marcadores, pizarrón, cuaderno de notas y lapiceros.

Tiempo estimado: 45 minutos

1. Previo a la clase, elabore un mapa del proceso o acciones a seguir por los estudiantes. El que se presenta en este apartado es una opción.

2. El día de la clase indíqueles que hizo un análisis de los resultados de las preguntas que respondieron en la clase anterior y que les propone hacer las siguientes actividades, para lograr presentar el reportaje periodístico.

Lectura	Diseño de instrumento de entrevista	Entrevista	Reporte periodístico (Reportaje)
• Lectura del texto «Cultura empresarial» • Identificar características.	• Elaborar preguntas. • Validar las preguntas.	• Identificar entrevistados. • Desarrollar la entrevista.	• Redactar el reportaje. • Revisión del reportaje. • Publicación en la Revista.

3. Indíqueles que a lo interno de cada equipo de trabajo se organicen con las siguientes funciones, las cuales deberán asumir responsablemente:

   a) Un coordinador, su función será la de organizar el cumplimento del cronograma de trabajo que acordaran en este período y el de entregar el informe a nombre del grupo.

   b) Un comunicador de nuestros resultados de grupo. Él o ella se encargará de exponer nuestros resultados a los otros equipos y, de ser posible, a la comunidad. Esta persona deberá ser hablante del idioma nacional local, para poder transmitir los aprendizajes en este idioma.

4. Luego, propicie un espacio para realimentar la comprensión de las actividades a realizar, para ello, puede preguntar si han surgirdo dudas o si quieren que se modifique alguna actividad.

5. Finalmente invíteles a reunirse en equipo para dialogar, llegar a acuerdos y elaborar su cronograma de trabajo. Pida que le compartan su cronograma para acompañarlos en el proceso.

6. Evalúe el cronograma de trabajo conforme a los criterios de los procesos que plantean y las fuentes de información a la que acudirán.

Fase de desarrollo

Actividad 1

Nombre de la actividad: conociéndome

Propósito: autoconocimiento para el ejercicio empresarial.

Recursos: hojas impresas, imágenes, pizarrón, papelógrafos, marcadores y cuaderno de notas.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Invite a los estudiantes a dar respuesta en su cuaderno de notas, de forma individual, a los siguientes cuestionamientos. Comparta el contenido del texto propuesto en el recuadro debajo de cada pregunta, para mejores resultados escriba el contenido en unos pliegos de papel como ejemplo.

¿Quién soy?

Soy la obra de arte más maravillosa y perfecta del universo. Soy indivisible, poseo un cuerpo, experimento emociones, sentimientos y pasiones que reaccionan ante determinados estímulos o circunstancias. (Cruz Muralles, Módulo 1: Animación emprendedora. Manual del participante., 2014)

¿Por qué existo?

Tengo una misión que sólo yo puedo cumplir. Poseo dones y talentos que nadie más posee y eso me hace una persona única. Me integro a determinadas normas y sistemas sociales, soy libre pero también responsable de mis decisiones y me manifiesto por medio de acciones de acuerdo a los roles que desempeño en las diferentes etapas y circunstancias de la vida. (Cruz Muralles, Módulo 1: Animación emprendedora. Manual del participante., 2014)

¿Cuál es mi misión?

La vida por sí misma no tiene sentido, soy yo quien le da sentido y esa es mi misión personal. Se trata de elegir cómo quiero comportarme, qué actitudes quiero tener, qué valores quiero vivir, qué pensamientos quiero que lideren dentro de mí, etc… (Cruz Muralles, Módulo 1: Animación emprendedora. Manual del participante., 2014)

¿Cuál es mi visión?

> Es mi elección personal de quién quiero ser. En mí está la libertad, decisión y responsabilidad de lo que hago y voy a hacer con mi vida. ¿Cómo quiero que sea mi futuro? ¿Cómo y dónde quiero vivir? ¿Quiénes deseo a mí alrededor? ¿Qué relaciones deseo crear con otras personas? … (Cruz Muralles, Módulo 1: Animación emprendedora. Manual del participante., 2014)

2. Haga una ronda en la cual los estudiantes compartan sus respuestas. Le recomendamos no forzar la participación.

3. Ahora pídales que lean el siguiente texto que les proporcionará impreso o lo escuchen, si lo hará de forma verbal, si ésta última es su opción, le recomendamos utilizar esquemas e imágenes para ilustrar su exposición. Recomiende a sus estudiantes que hagan anotaciones o esquemas en su cuaderno de notas.

Encontrando la semilla de la cultura empresarial

Conocerse a sí mismo es la llave que hace exitoso a un empresario. Antes de proceder a conocer las habilidades necesarias para un empresario o empresaria, es conveniente conocer qué actividades le gusta realizar, qué clase de persona es, cuáles son sus satisfacciones e intereses, cuáles son sus valores y talentos, y por otro lado, cómo la persona hará uso de sus características para el nuevo negocio.

La personalidad de un individuo está marcada por ciertos rasgos que conforman patrones y que determinan cómo se percibe el individuo y es percibido por los demás. A través de la personalidad, se pone de manifiesto una amplia gama de actitudes y aún de pensamientos, tanto sociales como personales.

Suele suceder que muchos jóvenes gastan su tiempo en hacer cosas que no les satisfacen. Agobiados por la situación que viven en familia, en la comunidad y en el país, caen en la desesperanza y en una rutina de día a día, sin darse cuenta que les absorbe los pocos momentos de reencuentro que puedan tener con sí mismos.

La actual crisis de valores que se está viviendo no permite que haya una conexión con el «yo» más íntimo. Quizá ha llegado el momento de reflexionar por qué importan tanto las tendencias de la moda, de la música, del comportamiento, etc. y que tanto afecta mi vida y mi futuro.

Encontrarse con uno mismo requiere de cierto espacio y tiempo para conectarse con la grandeza que tenemos como seres humanos. Aceptar los miedos, comprometerse con el cambio y dar gracias por la vida. Encontrarse con uno mismo significa, aceptarse plenamente,

darse un valor, tener confianza, conectarse con el propósito vital y tener la conciencia de estar en el camino. Una persona que se ha encontrado consigo misma es una persona satisfecha, es energía, equilibrio, serenidad, alegría, positivismo, etc., actitudes que se proyectan en todas las esferas de la vida.

El secreto de encontrarse con uno mismo está en perseguir los sueños, escuchar los deseos del corazón y despertar para ser aquello a lo que se está destinado a ser. No hay que afanarse para triunfar en lo que no se quiere hacer, hay que permitir escucharse, prestarse tiempo, ampliar la visión de vida, revisar los criterios de éxito, establecer un plan de vida e identificar los valores. Es necesario buscar ese punto común que apasiona, donde se tengan las capacidades y habilidades necesarias, donde se aporte valor a los demás.

Cuando se genera en la persona la idea de emprender una actividad, lo primero que debe hacer es reencontrarse consigo misma, conocer, e identificar sus fortalezas y debilidades, identificar sus pasiones, sus tendencias, sus características. Esta es la llave que le hará triunfar en su emprendimiento.

El emprendedor debe conocer qué actividades le gusta realizar, qué clase de persona es, cuáles son sus satisfacciones e intereses, cuáles son sus valores y talentos, y por otro lado, cómo hacer uso de esas características para el nuevo emprendimiento.

Antes de iniciar un emprendimiento, reflexione, autoevalúese, y realice un plan de mejora continua. De esta manera estará en mejores condiciones para hacer frente a todas las dificultades que se presenten en el camino que hay que recorrer para tener éxito en el emprendimiento. Texto tomado de. (Swisscontact, 2015)

4. Pida a los estudiantes ubicarse de forma circular y dialoguen respecto a las siguientes preguntas:
   - ¿Para qué sirve conocerse a sí mismo?
   - ¿Realmente se conoce?
   - ¿Por qué le fue fácil o difícil responder a las preguntas sobre usted?
   - Agregue las preguntas que considere importantes de formular.
5. Pídales que registren las respuestas en un pliego de papel que deberán compartir al inicio de la siguiente clase, como hilo conductor. Estime si las respuestas son suficientes para evidenciar aprendizajes, de lo contrario, continúe formulando otras que le ayuden a evidenciarlos.

Actividad 2

Nombre de la actividad: ¿Quién soy?

Propósito: Autoreconocimiento para la cultura empresarial.

Recursos: pliego de papel, hojas de papel, cuaderno de notas, lapiceros y marcadores.

Tiempo estimado: 90 minutos. (Dos períodos)

1. Empecemos la clase con la lectura del siguiente texto, pida a los estudiantes que extraigan ideas fuerza para entender el tema bajo estudio, para lograrlo deben usar su cuaderno de notas para su registro.

Cultura empresarial

Para hablar de cultura empresarial necesariamente se tiene que tomar en cuenta la cultura de las personas, que incluye costumbres, actitudes, valores, formas de pensar y hacer. La cultura es heredada de generación en generación, razón por la cual está ligada a la historia. El concepto nace en la época industrial y capitalista.

Se dice que cada país actúa de acuerdo a su cultura, pero más que esa realidad, cada familia construye y practica su propia cultura, trasladándola a los hijos e hijas y futuras generaciones, por lo que de ello depende la forma de vida y el comportamiento en general del individuo. Asimismo, la cultura determina la percepción de la realidad de cada persona.

Al momento de crear una empresa, las decisiones y proyecciones son marcadas precisamente por la cultura que trae el empresario. Sin embargo, el espíritu empresarial va determinando el propósito del negocio, su fundamento y los valores del mismo, convirtiéndolos en reglas y normas que regirán la empresa.

En la actualidad el tema de la empresarialidad tiene mucho auge, tomando en cuenta que, dentro del concepto, están implícitas la cultura y conciencia empresarial del individuo, aspectos importantes para generar un entorno empresarial con buenas prácticas, productivas, competitivas, pero que también cumplan con sus obligaciones tributarias, laborales, ambientales, etc.

Dentro de la cultura empresarial se incluye la ética, aspecto que permite actuar con decencia, honestidad, fidelidad y desarrollar una política laboral y ambiental justa, procurando el bienestar de los trabajadores, sus familias y de las comunidades. Asimismo, mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores.

En resumen, la cultura empresarial está íntimamente ligada a la forma de ser y de actuar de los los empresarios y empresarias, trabajadores y trabajadoras, clientes, proveedores, medio ambiente, instituciones públicas, tributación, comunidad y sociedad en general, mientras que la conciencia empresarial está relacionada con la coherencia que existe entre «ser, pensar y actuar». Algunos expertos consideran que la conciencia empresarial está ligada con la ética y con la transparencia.

Iniciar un proyecto empresarial significa tener la oportunidad de contribuir con el desarrollo social y económico de Guatemala, pero también de fortalecer al sector empresarial en el tema de la ética, por cuanto que, dentro de su proceso de desarrollo y crecimiento, pueden dirigir negocios con integridad, generando confianza en el país.

Es un hecho que el fin principal de una empresa es producir ganancias y que esta sea rentable. Sin embargo, esta realidad no riñe con el hecho que las empresas cumplan también un fin social. Este fin social depende del tamaño de la empresa. Una empresa mediana o grande tiene mayores oportunidades de servir a la sociedad a través de pequeños o grandes proyectos que beneficien a las comunidades.

En el caso de un pequeño emprendimiento empresarial, es motivo para que el propietario oriente sus pensamientos y actitudes a tener negocios prósperos, dirigidos con integridad y transparencia. Las acciones que realicen por muy sencillas que sean, tienen impacto en sus clientes, en la comunidad y en la familia. Un nuevo empresario o empresaria juega un papel importante, debido a que se convierte en un actor protagónico y puede representar un buen ejemplo para la comunidad.

Posiblemente se llegue a pensar que la cultura y conciencia empresarial requiere de muchos recursos para ponerse de manifiesto, lo cual no es nada cierto. Actitudes y actividades tan sencillas pueden hacer la diferencia. Texto tomado de Swisscontact (2015)

Manos a la obra:

2. Indique a sus estudiantes que harán un ejercicio individual orientado a una reflexión de autoconocimiento. Para ello y antes de la clase, elabore en un pliego de papel, un árbol como se presenta abajo. Cada estudiante elaborará el propio en una hoja de papel o en su cuaderno. Es conveniente que al estar desarrollando el ejercicio y muestre el suyo como ejemplo, por lo que le recomendamos colocarlo en un lugar visible.

Ejercicio tomado de (Ayerdi y López-Hurtado, 2015)

3. Al finalizar de llenar los datos de su árbol, invite a todos sus estudiantes a pegarlos en la pared y dialoguen en torno a las siguientes preguntas:

a) ¿Por qué le resultó fácil o difícil el ejercicio?

b) ¿Qué aspecto le resultó más difícil de contestar?

c) ¿Qué descubrió al realizar este ejercicio?

d) Agregue las preguntas que considere necesarias.

4. Escriba una síntesis en el pizarrón de las ideas principales que comparten los estudiantes, las que le proporcionarán información acerca de la comprensión del tema.

5. Para evaluar los resultados del ejercicio elabore una rúbrica que considere los aspectos que plasmó en su árbol, su exposición y las peguntas que lo complementan.

Actividad 3

Nombre de la actividad: ¿yo empresario?

Propósito: identificar sus calidades empresariales en su contexto comunitario.

Recursos: cuaderno de notas, lapiceros, hojas impresas, pliegos de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 90 minutos (Dos períodos)

1. Pida a los estudiantes que realicen el siguiente ejercicio en hojas de papel.

Yo a los 50 años

2. Escriba cómo imagina que será cuando tenga 50 años: empiece hablando de su físico, tendrá arrugas, canas, ¿tendrá pelo?, luego escriba sobre sus estudios, qué profesión desea tener, en qué le gustaría trabajar o si tendrá una empresa de algo en particular, escriba sobre cómo es la casa en la que según usted vivirá, ¿es propia, rentada, vive en la calle, en una casa de ancianos?

3. Continúe escribiendo sobre cómo se imagina que estará su salud, qué enfermedades tendrá según lo que ha visto en su familia, a propósito, cuente si se casó, si tiene hijos o hijas, qué hace por su comunidad, vecindario, con quiénes de sus amigos de ahora sigue siendo amiga o amigo, cómo le gustaría que fuera el ambiente, cómo está espiritualmente, pertenece a alguna religión, participa en la iglesia, es feliz, tiene una espiritualidad, se relaciona bien con los demás, etc. Ejercicio modificado de Swisscontact (2015).

4. Para dejar más claro qquién desea ser, agregue dibujos y color a su trabajo.

5. Ahora en grupos, los estudiantes deben leer el siguiente texto:

Habilidades y conocimientos para crear un negocio

Proyectar nuestro futuro es importante para iniciar un proyecto de negocios, ya que se deben tener en cuenta una serie de habilidades y características, tanto personales como financieras. El éxito de cualquier negocio depende principalmente, de las características personales del empresario o empresaria. De ahí que el empresario cumple la función más importante en la empresa.

El reto de empezar su propio negocio es una oportunidad que cambiará su vida. Más aún, no sólo cambiará su vida, sino posiblemente la de todos los que están a su alrededor. Para llevar a cabo este reto, se debe trabajar arduamente y esto le deparará grandes satisfacciones. Así, el dueño del negocio tendrá el compromiso de la dirección y el éxito de su idea.

No todas las personas que quieren ser empresarios o empresarias tienen las cualidades necesarias para el éxito. Grandes empresarios obtuvieron su éxito debido a que han sabido desarrollar muchas cualidades que no poseían. Las habilidades se pueden adquirir y las características se pueden desarrollar.

6. Pida a los estudiantes que reflexionen con su grupo de trabajo: Un empresario ¿nace o se hace? Y que escriban su respuesta en una hoja de papel.

¿Qué es una empresa económica?

Es una actividad que ofrece bienes y/o servicios a cambio de dinero u otros bienes o servicios.

Algunas actividades empresariales son:

- La construcción: de casas, caminos, parques y jardines, servicios de vías y obras, etc.
- De comunicación: servicios publicitarios, radio, televisión e internet.
- La fabricación o la producción: artículos, para prendas de vestir, mobiliario o piezas que les servirán a otras empresas en la fabricación de productos finales, como la fabricación de papel para imprimir libros.
- El suministro y la distribución: transporte de bienes del productor al cliente.
- La reparación: arreglo de un producto deteriorado o defectuoso.
- Los servicios: turismo, servicios de información y de comunicación, actividades de ocio, hospedaje, etc.
- la fabricación de textiles: perrajes, bufandas, tela para bolsas, servilletas, entre otros.
- Centros de acopio de hortalizas, venta de granos básicos, entre otros.

Nuestra economía local funciona gracias a la contribución de todo tipo de empresas.

7. Respondan en su cuaderno:

a) ¿Qué tipo de empresas existen en su comunidad y departamento?

b) Den al menos diez ejemplos de empresas o negocios que identifican en su comunidad.

¿Qué es un empresario?

Un empresario es una persona que crea o administra una empresa y asume la responsabilidad. Esta persona ofrece bienes o servicios a particulares o a empresas a cambio de un pago.

Cliente ⟷ **Empresario** ⟷ **Bienes y Servicios**

Para ser empresario o empresaria, hay que tener estas cualidades personales:

Estas cualidades ayudan al empresario a reflexionar, analizar, resolver los problemas y tomar decisiones. Un empresario no tiene necesariamente todas las cualidades citadas. Muchas de estas cualidades están en nosotros incluso sin que sepamos que las tenemos. Sin embargo, pueden también adquirirse por medio de formación. Texto adaptado de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2007).

8. Pida a los estudiantes que contesten en su cuaderno las siguientes preguntas:

- ¿Qué otra cualidad propia de las culturas Maya, Garífuna y Xinka encontramos en la actividad empresarial que desarrollan?
- ¿Cómo se manifiesta?
- Agregue otras preguntas que considere oportunas al tema.

Finalmente, formen una rueda y dialoguen a cerca de las respuestas que dieron a las preguntas. Registre brevemente las repuestas en un pliego de papel. Valore las respuestas con una lista de cotejo. Algunos aspectos a valorar son: la identificación de elementos de la cultura en la actividad empresarial y las actividades económicas que identifica en su entorno.

Fase de cierre

Actividad 1

Nombre de la actividad: ¿cómo me siento?

Propósito: desarrollo de la inteligencia emocional, los valores y las actitudes del estudiante.

Recursos: diario de pensamientos y sentimientos y lapicero.

Tiempo estimado: 15 minutos.

1. Pida a los estudiantes que contesten las siguientes preguntas en su «Diario de pensamientos y sentimientos»:
   - ¿Cómo se siente luego de la experiencia?
   - ¿Qué valora de su participación y actitud para el trabajo en equipo?
   - ¿Ha logrado conocerse mejor?
   - ¿Cree que tiene potencial para ser una o un empresario?
2. Pida el diario de pensamientos y sentimientos al final de la clase. Esto le servirá para calificar la calidad de la autoevaluación y su contenido de acuerdo a los criterios establecidos previamente en la guía para la autoevaluación que ha elaborado. Algunos aspectos a evaluar son: la comprensión de los procesos y de los contenidos del aprendizaje. Realimente los aspectos que sean necesarios a partir de los de los resultados de la autoevaluación.

Para enriquecer nuestra práctica docente:

Al comienzo de cada bimestre, el docente ayuda a sus estudiantes a crear un «Diario de pensamientos y sentimientos». Se puede crear con hojas blancas y una portada de cartón, decorada con materiales naturales de la comunidad. Después de terminar una lección, el maestro pide a sus estudiantes sacar sus diarios y contestar las siguientes preguntas: ¿Qué aprendí? ¿Cómo lo aprendí? ¿Cómo me siento? ¿Qué preguntas todavía tengo? Este diario es importante porque promueve la identificación de nuevos aprendizajes y cómo lo aprendieron. También permite a los estudiantes expresar sus sentimientos y procura un espacio para expresar dudas y curiosidades.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y la Oficina de la UNESCO en México (2016).

Actividad 2

Nombre de la actividad: autotest

Propósito: sintetizar lo aprendido durante las actividades de aprendizaje.

Recursos: pliegos de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 25 minutos.

1. Pida a los estudiantes que se formen en grupos de hasta cinco integrantes por afinidad y que en un pliego de papel den respuesta a los aspectos que se les pide en la columna del lado izquierdo.

Lo que debo hacer:	Nuestra respuesta:
Una idea importante del tema cultura empresarial.	
Identifiquen y expliquen tres características de un empresario.	
¿Qué función tiene un empresario en la comunidad?	
Escriba el nombre de tres empresas o negocios de su comunidad.	

Actividad 3

Nombre de la actividad: reporte periodístico

Propósito: poner en práctica los conocimientos y habilidades en situaciones reales.

Recursos: hoja de papel, lapiceros y fotografía.

Tiempo estimado: 25 minutos.

1. Indique a los estudiantes que desarrollarán estas dos actividades del recorrido acordado al inicio de la experiencia:

Diseño de instrumento de entrevista	Entrevista
▪ Elaborar preguntas. ▪ Validar las preguntas	▪ Identificar entrevistados. ▪ Desarrollar la entrevista

2. Indique que corresponde trabajar el reporte periodístico. Escoja la historia de vida de un empresario o comerciante de su comunidad y escríbalo. Para lograrlo, transcriban la entrevista que le realizaron y redacten el reportaje en no más de tres páginas. De ser posible, este deberá incluir la fotografía de la persona.

Estas son algunas sugerencias para redactar el reportaje:

- Escribir un resumen corto sobre el reportaje.
- Investigar más sobre el tema.
- Como cualquier noticia, el reportaje debe cumplir con las características de objetividad, claridad y precisión.
- Escribir un titular sugerente, corto y llamativo.

Actividad 4

Nombre de la actividad: comunicar la Historia de Vida.

Propósito: compartir los resultados de su aprendizaje con miembros de su comunidad.

Recursos: cañonera, computadora, bocinas y texto impreso.

Tiempo estimado: 90 minutos (Dos períodos)

1. Indique a los estudiantes que realizarán la publicación de la una revista empresarial comunitaria y homenajear a los empresarios que aparecerán en ella. Para ello, usted como docente hará la recopilación de los Reportajes de historias de vida y propóngales buscar un titular para la Revista, por ejemplo: Historias de empresarios de mi comunidad.
2. Acordado el nombre, pídales que hagan una invitación a las personas entrevistadas para que asistan a un homenaje que realizarán. Cada grupo se ocupará de invitar a su empresario que reportó.
3. El día acordado se presentarán las historias de vida y entregarán copias del documento a cada empresario y al director del centro educativo.
4. Forme comisiones de manera que algunos se ocupen de diseñar una portada a la revista, otros a la logística del evento, etc.
5. El día del evento reciba a los invitados y aprovechen para dialogar con ellos sobre su experiencia empresarial.

Evalúe el texto del reportaje realizado (claridad, precisión y objetivo) y la actividad de comunicación (claridad en la exposición, recursos ilustrativos, etc.) Construya con base a estos dos aspectos u otros que usted considere, una rúbrica para evaluar los aprendizajes logrados.

Ubicando el rumbo en la generación de nuestro proyecto empresarial

2 Experiencia de aprendizaje

«Piensa, cree, sueña y arriésgate»

-Walt Disney-

Competencia:

Promueve acciones producto del manejo de información adecuada, que le inducen al mejoramiento de la organización personal y familiar.

Temas:

- Selecciona una idea empresarial.
- Proceso de planeación a partir de la definición de la visión comunal, grupal o personal.
- Etapas del ciclo de proyectos empresariales.

Recursos metodológicos:

Métodos y técnicas	Descripción	Propósito	Referencias
Lluvia de ideas	También denominada tormenta de ideas, es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado.	Generar ideas sobre sectores y actividades económicas existentes en el mundo empresarial.	http://homepage.cem.itesm.mx/alesando/index_archivos/MetodolDisMejoraDeProcesos/LluviaDeldeas.pdf
Filtrado de ideas	Son actividades sencillas que ayudan a identificar las barreras potenciales a la accesibilidad en el diseño de un producto o servicio.	Proceso de filtrado de ideas de negocio en base a criterios empresariales.	http://www.uiaccess.com/justask/es/screening.html
Positivo, negativo e interesante -PNI-	Esta técnica de análisis permite realizar planteamientos o tomar decisiones al desarrollar ideas sobre un tema, suceso o situación a evaluar.	Sintetizar lo aprendido durante las actividades de aprendizaje.	http://www.orientacionandujar.es/wp-content/uploads/2013/10/Tecnicas-para-aprender-a-pensar-PNI-positivo-negativo-interesante.pdf

Fase de inicio

Actividad 1
Nombre de la actividad: algo está pasando en la comunidad.
Propósito: análisis de caso para el emprendimiento cooperativo.
Recursos: hojas de papel bond y lapiceros.
Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Comparta con los estudiantes el siguiente caso, lo puede hacer por medio de lectura grupal o individual; o bien por la proyección del caso a través de diapositivas.

Marina Alvarado, ejemplo de desarrollo comunitario

En la aldea Sacalá Las Lomas, paraje Pachún, Chimaltenango, las mujeres decidieron tomar las riendas de su futuro. La impulsora de este cambio es Marina Alvarado, una mujer de 41 años que descubrió que la capacitación y la lucha constante son pilares para construir el desarrollo de su comunidad.

A 70 kilómetros de la capital, al occidente del país, se encuentra San Martín Jilotepeque, Chimaltenango, un lugar que ofrece paisajes llenos de color y un clima cálido. Detrás de las montañas se encuentra la aldea Sacalá Las Lomas, paraje Pachún, donde las mujeres decidieron tomar las riendas de su futuro.

Con esta idea nació, hace más de seis años, la Asociación de Mujeres Emprendedoras K'o Samuj Junan, que en idioma kaqchikel significa «mujeres unidas».

Esta entidad brinda a más de 75 familias, tanto de Las Lomas como de Chimaltenango, la oportunidad de cambiar su futuro a través de la capacitación en equidad de género y el procesamiento de productos para abrir nuevos mercados y con ello obtener ingresos.

«La asociación funciona y brinda educación, capacitación y salud, pero esto es posible porque todas las mujeres que pertenecemos a la entidad trabajamos juntas», enfatizó Marina Alvarado.

El apoyo y los resultados de su trabajo fueron reconocidos con un premio, que servirá para construir una cocina para enseñar a las mujeres platillos nutritivos utilizando lo que ellas mismas cultivan.

«Hay mucho que hacer aún, pero con la ayuda de Dios vamos hacia adelante», añade.

Dentro de los sueños y anhelos está la creación de una ruta turística para generar empleo, alcanzar a más comunidades con cursos y talleres de capacitación, y que el descubrimiento de k'aslem che' —árbol de la vida, en kaqchikel—, que es una planta que ofrece múltiples beneficios para la salud, sea investigada y más personas puedan adquirirla. Texto tomado de Montes (2015).

2. Compartan: ¿Conoce experiencias similares? ¿Hay alguna iniciativa similar en su comunidad? ¿Puede hacer algo parecido por su comunidad? Redacte otras preguntas que considere adecuadas.
3. Indique que el tema a estudiar es la «Generación de Proyectos Empresariales», la que puede convertirse en una herramienta de desarrollo personal y comunitario.
4. Registre las ideas de forma sintética en el pizarrón y evalúe la pertinencia de sus respuestas.

Actividad 2

Nombre de la actividad: ¿Qué haremos para mejorar?

Propósito: retar a los estudiantes a buscar solución a un problema comunitario que dificulta el bienestar.

Recursos: hojas de papel bond y lapiceros.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Cuente a los estudiantes que en su comunidad se producen variedad de productos, que pueden ser comercializados en otras comunidades de la región, en el país, inclusive en otros países. También refiera que esto no ha sido posible por la falta de organización y planificación conjunta para la producción. ¿Qué podemos hacer nosotros para ayudar a elevar la producción y la comercialización de los productos de nuestra comunidad para mejorar el bienestar de la gente?
2. Este es el reto. Las personas de nuestra comunidad nos han buscado y esperan que les demos asesoría para lograr su deseo.
3. Forme grupos de hasta cinco estudiantes y hagan una lluvia de ideas intentando responder a la pregunta planteada arriba. Deben escribir las respuestas en una hoja de papel. La que usted evaluará con base a una lista de cotejo.
4. Compartan las repuestas que cada grupo formuló para enriquecer el aprendizaje. Indique que en la siguiente clase definirán las acciones a seguir.

Actividad 3

Nombre de la actividad: definiendo nuestras actividades.

Propósito: Definir una ruta de actividades de aprendizaje.

Recursos: pliegos de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 45 minutos

1. Previo a la clase, revise las actividades que los estudiantes propusieron y elabore una propuesta de acciones a desarrollar para resolver el reto que se les propuso.
2. Lleve en un pliego de papel una propuesta de ruta de aprendizaje, la que debe dialogar y decidir con los estudiantes. No obstante, para gestionar los aprendizajes que nos interesan en esta experiencia, no deben faltar las siguientes actividades:

3. Recuerde mantener a la vista la ruta de aprendizaje todo el tiempo que dure la experiencia.

Fase de desarrollo

Actividad 1

Nombre de la actividad: lluvia de ideas.

Propósito: generar ideas sobre sectores y actividades económicas existentes en el mundo empresarial.

Recursos: hojas recicladas partida en cuatro, marcadores, maskin tape y papelógrafos.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Entregue a cada participante cinco hojas de un cuarto de página cada uno y un marcador para que anoten sus ideas.
2. Dialogue con sus estudiantes sobre la pregunta ¿conocen los sectores económicos de Guatemala? Escuche sus respuestas y vaya explicando uno a uno los sectores económicos y vaya pegando en la pared un cartel que lo identifique, así:

Comercio | **Industria o manufactura** | **Servicio** | **Agrícola** | **Pecuaria**

3. Complemente su explicación con el video que se encuentra en este vínculo: https://www.youtube.com/watch?v=tX5WGxzlMkY o si lo prefiere, puede escanear con su teléfono móvil el siguiente código QR:

4. Pida que se coloquen frente a uno de los letreros con el nombre de un sector económicoque, en el término de un minuto, identifiquen y escriban todos los tipos de negocio que se les vienen a la mente que se desarrollan dentro del sector. Deben escribir con marcador una idea en cada cuarto de hoja y pegarla debajo del sector que se está analizando. La misma dinámica se repite frente a cada sector económico, hasta terminar las cinco.

5. Cuando todos han terminado de colocar sus ideas, pídales que pasen por cada sector y lean el contenido de cada hoja.
6. Pida que se sienten en media luna frente a las tarjetas, cuente el número de actividades que han identificado y junte las repetidas en cada uno de los sectores y agregar otras que hayan quedado por fuera. Mientras más ideas surjan, mejor.

7. Ahora explique la clasificación de los sectores económicos, las que se presentan están en base a la «Clasificación Industrial Internacional Uniforme»- CIIU y en la Nomenclatura de Industrias o Actividades Económicas-NAEG, información que presentamos en el texto «Actividades económicas».

8. Dialogue brevemente con los estudiantes sobre:
   a) ¿Fue fácil o difícil encontrar actividades para cada uno de los sectores económicos?
   b) ¿Tienen claro cómo se conforma la actividad económica en Guatemala?
   c) ¿Cuántas actividades económicas identificaron?

9. Pida a los estudiantes que registren las respuestas en su cuaderno de notas.

10. Comparta el siguiente contenido, procurando poner ejemplos y sintetizando la información por medio de imágenes o esquemas.

Actividades económicas

Se le denomina actividad económica, a la que conlleva un esfuerzo y proyección para producir, distribuir, comercializar e intermediar productos y servicios dentro de una sociedad, teniendo como objeto generar utilidad.

En Guatemala, como en el mundo entero, existe una cantidad considerable de actividades económicas, relacionadas con el sector agrícola, industrial, comercio y servicio. En el año 1948, surge la iniciativa de estandarizar una clasificación internacional de actividades económicas, denominada «Clasificación Industrial Internacional Uniforme».

A partir de ese momento, la mayoría de los países de todo el mundo vienen utilizando la CIIU como herramienta referencial para crear su propia clasificación y/o nomenclatura de actividades económicas. En el caso de Guatemala, se creó la Nomenclatura de Industrias o Actividades Económicas-NAEG, la cual es utilizada por diversas instituciones, tales como: el Instituto Nacional de Estadística, el Banco de Guatemala, la Superintendencia de Administración Tributaria-SAT, el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social-IGSS.

La NAEG se ha convertido en una importante herramienta para las instituciones antes mencionadas, para la elaboración de clasificaciones y estadísticas económicas nacionales. De esta manera, se conoce, por ejemplo, que área económica es la que más produce, la que más empleo genera, la que más exporta y/o importa, las que tienen mayor presencia en el IGSS, etc.

En el Tomo I, Sistema de Cuentas Nacionales del Banco de Guatemala, para el año 2007 se presentan varias matrices de actividades económicas, en donde se cuentan aproximadamente 375 actividades económicas, que forman parte de la Nomenclatura de Industrias o Actividades Económicas.

Dentro de esta nomenclatura se incluyen actividades y sub actividades relacionadas con los siguientes sectores económicos:

- Actividades profesionales
- Agrícola
- Agropecuaria
- Alimentos y bebidas
- Alquiler de equipos
- Artesanías
- Arte, cultura y deportes
- Textiles
- Comercio al por menor
- Construcción
- Edición e impresión
- Educativas
- Fabricación de muebles
- Financieras
- Hoteles y restaurantes
- Investigación y desarrollo
- Mantenimiento y reparación de vehículos
- Mobiliarias
- Prendas de vestir
- Producción y transformación de madera
- Reciclamiento
- Transporte
- Turismo
- Otros

Texto tomado de Swisscontact (2015).

11. Pida a los estudiantes que escriban su respuesta a las siguientes preguntas en su cuaderno de notas.

- ¿A qué actividades se dedican en su familia?
- ¿Cuáles de estas actividades identifica en su comunidad?

12. Evalúe la comprensión del aprendizaje a través de las respuestas a las preguntas. Algunos aspectos a observar son: la identificación de las actividades productivas en su comunidad y el resultado de la lluvia de ideas. Le recomendamos elaborar un cuadro de cotejo.

Actividad 2

Nombre de la actividad: macrofiltro

Propósito: identificar ideas de negocio afines a sus intereses.

Recursos: formato impreso para cada grupo, papelógrafo, marcadores, lápices y borradores.

Tiempo estimado: 90 minutos. (Dos períodos)

1. Previo a realizar el ejercicio debe colocar las ideas generadas en la lluvia de ideas en la pared o suelo.
2. Pida la formación de grupos de hasta cinco integrantes e invítelos a leer las ideas generadas en el ejercicio anterior.
3. Luego entregue el siguiente formato, que llamaremos Macrofiltro, que incluye criterios empresariales para analizar la posibilidad de llevar a cabo un negocio en nuestra comunidad educativa, aldea, pueblo o región.

Filtrado de ideas:

4. Para lograrlo, pida que escojan diez ideas de negocio a partir del análisis que hagan de las ideas de actividad económica que tienen a la vista. Estos son los criterios que debe estimar y marcar con un chequecito. Las 10 ideas que tengan más, serán los que escogeremos. Recomiende que ehagan el ejercicio con lápiz para tener oportunidad de borrar y volver a escribir. Acompañe de cerca el trabajo de cada grupo. El contenido del cuadro le sirve de ejemplo.

No.	Idea de negocio	¿Existe suficiente demanda?	¿Ustedes tienen las capacidades y conocimientos necesarios?	¿Tienen suficiente dinero propio para iniciar?	¿Existen negocios similares en la zona? (competencia)	¿Afecta sus valores o la integridad de su familia?
1.	Tienda con productos de consumo diario.	✓	✓	✓	✓	✓
2.	Barbería.	✓	✓	✓	✓	✓
3.	Venta de licuados nutritivos.	✓	✓	✓	✓	✓

Ejercicio y formato adaptado de Swisscontact (2015).

5. Compartan en plenaria las siguientes preguntas:
   - ¿Fue fácil o difícil seleccionar las diez ideas de negocio?
   - ¿Por qué seleccionaron esas ideas?
   - ¿Hubieran seleccionado más de diez?
   - ¿Por qué descartaron las demás ideas de negocio?
   - Incluya otras que a su criterio son aplicables.

6. Evalúe la actividad a partir de los resultados del filtro de ideas y las respuestas a las preguntas del diálogo. De ser necesario realimente la comprensión de los aprendizajes.

Para enriquecer nuestra práctica docente:

Normalmente, todas las ideas de negocios que se generan durante los ejercicios de lluvia de ideas se exhiben en las paredes del aula convirtiéndola en una enorme galería. Muchas ideas de proyectos son demasiado grandes o demasiado sofisticadas como para ser desarrolladas por los estudiantes de inmediato. Pero está bien, porque todas esas ideas pueden provocar reflexiones posteriores que lleven a ideas de negocios más concretas.

El «macro filtro» ayuda a que los participantes hagan una primera selección. Es como vaciar todas esas ideas en un embudo. Con la ayuda de algunos criterios básicos, las ideas personales más prometedoras se filtran antes de escudriñarlas en un próximo examen de viabilidad, es decir con el «micro filtro». Texto tomado de (Swisscontact, 2015)

Actividad 3

Nombre de la actividad: microfiltro.

Propósito: identificar ideas de negocio afines a sus intereses.

Recursos: formato de criterios empresariales (microfiltro) impreso para cada equipo de trabajo, pliegos de papel, marcadores y lápices.

Tiempo estimado: 90 minutos (Dos períodos)

Filtrado de ideas:

1. El trabajo se desarrollará con los equipos de trabajo formados en el ejercicio anterior.
2. Para realizarlo, pida a cada equipo que recuperen las 10 ideas de negocio obtenidas en el macrofiltro y que analicen cada una con relación a los criterios del microfiltro. Esto es un proceso de filtrado de ideas. Este análisis dará como resultado tres ideas de negocio.
3. Para que el análisis de los estudiantes de cada equipo sea más certero, es necesario que explique en qué consiste cada uno de los criterios empresariales, ya sea de forma escrita o verbal acompañado por diagramas y un ejemplo que debe ubicar en un lugar visible para todos, ya que servirá a los estudiantes para realimentar su análisis. En cualquier caso, debe acompañar de forma técnica a cada grupo en su trabajo.
4. Para empezar el ejercicio distribuya a cada equipo de trabajo el formato que se incluye a continuación. Indique que deben valorar cada aspecto de acuerdo al siguiente sistema de puntaje: 5= muy alto, 4= Alto, 3= promedio, 2= regular, 1= pobre, 0= Ausente. Es conveniente que escriba en el pizarrón o en un pliego de papel esta escala.

Criterios empresariales								
Nombre del Proyecto Empresarial	Mercado	Producto o servicio adecuado al mercado	Producción técnica	Administración	Inversión	Resultado	Factores críticos de éxito	¿Proyecto empresarial factible?
	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)	(=)		Sí/No

5. Luego del análisis se pide a un representante de cada equipo que comparta su análisis y sus valoraciones.

6. Finalmente dialoguen sobre:
- ¿Fue fácil o difícil definir las tres ideas de negocio?
- ¿Por qué descartaron muchas ideas?
- ¿De qué forma les ayudaron los criterios a definir las tres ideas de negocio?
- ¿Por qué creen que las ideas que obtuvieron son factibles?

7. Evalúe el resultado del microfiltro y las respuestas a las preguntas, de acuerdo a con criterios de factibilidad del negocio, la comprensión del proceso de filtrado de ideas y sus criterios de análisis. Elabore para el efecto una rúbrica.

Para conocer sobre los criterios que se usaron para este filtrado de ideas, le dejamos este consolidado del significado de los criterios empresariales.

A. Mercado: La población que necesita su producto o servicio y que está dispuesta a pagar para obtenerlo constituye el mercado. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura., 2007)

Algunos parámetros para analizar son:
- La demanda existente no es atendida por nadie;
- La demanda existente no está adecuadamente atendida por los proveedores existentes. Texto tomado de Swisscontact (2015).

B. Producto o servicio adecuado al mercado: Un producto o servicio es algo que tiene valor para alguien. «Algo» es un término que puede incluir cualquier cosa ofrecida para su atención, adquisición o consumo: ideas, bienes, servicios, lugares, organizaciones, personalidades. «Que tiene valor» es una expresión que significa que lo ofrecido puede satisfacer una necesidad o deseo, llenar un requerimiento o proporcionar un beneficio. Para alguien es una declaración que establece que algunas personas estarán dispuestas a conseguir lo que se ofrece, es decir, estarán dispuestas a realizar un intercambio. Texto tomado de Dominguez (2005).

Algunos parámetros para analizarla son:
- El producto tiene una singularidad o característica única para su venta.
- El abastecimiento de productos/servicios similares no es confiable;
- Se espera que la demanda del producto/servicio aumente significativa o sustancialmente en el futuro;
- Mientras haya más competencia ofreciendo el mismo tipo de producto o servicio, menos posibilidad existe de que sobreviva la empresa. Texto tomado de Swisscontact (2015).

C. Producción técnica: Es el conocimiento y capacidad de planificar y coordinar la producción de un producto o servicio.

Algunos parámetros para analizarla son:

- Hay disponibilidad de tecnología a precio razonable para fabricar el producto;
- La tecnología es apropiada para el nivel de producción, de inversión y la calidad deseada para el producto;
- Cercanía a los centros de ventas para la maquinaria / equipos necesarios;
- La materia prima está disponible localmente, en cantidades adecuadas; Texto tomado de Swisscontact (2015);
- Tenemos conocimiento sobre cómo elaborar el producto.

D. Administración: Es todo un proceso que incluye (en términos generales) planificación, organización, dirección y control para un adecuado uso de los recursos de la organización (humanos, financieros, tecnológicos, materiales, de información) y para la realización de las actividades de trabajo. Texto tomado de Thompson (2008). El parámetro para analizarla es la capacidad de administrar todos nuestros recursos de la empresa.

E. Inversión: Evaluar cuanta inversión (dinero) se necesita para arrancar el negocio (maquinaria, equipo, local. materia prima, financiamiento de la fase de inicio, etc.) y compararla con la posibilidad de conseguir financiamiento para el negocio.

Los parámetros para analizarlo son:

5 – totalmente auto-financiado;

4 – financiamiento externo de aproximadamente el 25%;

3 – financiamiento externo de aproximadamente 50%;

2 – financiamiento externo de aproximadamente 75%;

1 – financiamiento externo de aproximadamente el 90%;

0 – Se requiere financiamiento externo completo.

Texto tomado de Swisscontact (2015).

F. Resultado: Es la suma de todos los criterios en línea por cada idea de negocio.

G. Factores críticos de éxito: Después de la evaluación y calificación de los parámetros mencionados, el participante procede a una verificación cruzada de las variables claves que afectan el éxito o fracaso de la idea de negocio. A esto llamamos el Factor Crítico del Éxito (FCE). Se identifica como el que obtuvo menor punteo de todos los criterios analizados. Texto tomado de Swisscontact (2015).

H. ¿Proyecto empresarial factible? Define en términos de si es o no posible realizar la idea de negocio.

Fase de cierre

Actividad 1

Nombre de la actividad: ¿cómo me siento?

Propósito: desarrollo de la inteligencia emocional, los valores y las actitudes del estudiante.

Recursos: diario de pensamientos y sentimientos y lapicero.

Tiempo estimado: 15 minutos.

1. Pida a los estudiantes que respondan en su «Diario de pensamientos y sentimientos»
   a) ¿Qué aprendí en estas actividades de aprendizaje?
   b) ¿Qué ejercicio me gustó más y por qué?
   c) ¿Estoy contenta o contento con el resultado de nuestro trabajo en equipo?
   d) ¿Qué debo mejorar?
2. Al finalizar la clase, pida el diario para valorar la comprensión del ejercicio y sus resultados. Valore aspectos como la criticidad de su comentario y su conciencia del valor de su participación.

Actividad 2

Nombre de la actividad: positivo, negativo e interesante -PNI-

Propósito: sintetizar el aprendizaje.

Recursos: pliegos de papal y marcadores.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Pida a los equipos formados que en un pliego de papel redacten sus respuestas al siguiente ejercicio conocido como PNI, en donde:

   P= Positivo: Se escriben idea o aspectos que enriquecen nuestro conocimiento o habilidades.

   N= Negativo: Se deben escribir ideas que no tenemos claras o nos parecen que son errores. Pueden formular preguntas al respecto. Asimismo, pueden expresar algún hecho que a su parecer puede mejorarse.

I= Interesante: Se deben escribir ideas interesantes o que hayan llamado su atención, por su novedad o porque dudas, ampliando nuevos datos a nuestros aprendizajes.

2. Este es el formato a llenar:

P	N	I

3. Propicie un ambiente de diálogo y compartan sus respuestas. Despeje dudas, ampliando el conocimiento de los temas tratados a la luz de la rúbrica que previamente ha elaborado para cada uno de los aspectos del PNI.

Actividad 3

Nombre de la actividad: visionando el negocio.

Propósito: esbozar un negocio con cierto detalle, para que los estudiantes experimenten en base a su imaginación.

Recursos: pliegos de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Indique a los Equipos de trabajo que para realizar este ejercicio deben recuperar las tres ideas de negocio que obtuvieron en el ejercicio anterior micro filtro. Escojan una para trabajar de aquí en adelante. Algunos criterios para seleccionarla son:

a) Es de interés de la mayoría que conforman el equipo.

b) Es de interés de la comunidad ya que ayudará a nuestro desarrollo.

2. Brinde el acompañamiento necesario para que los equipos definan su idea de negocio.

3. Ya que la tienen, indique que realizarán un ejercicio mental de visualizar el negocio, que implica detallar, de forma creativa, algunos elementos del mismo. Para realizarlo, se le proporcionará a cada equipo un pliego de papel y un marcador.

4. Insista que lean detenidamente las explicaciones de cada área del formato y responda las dudas al respecto. Este es el formato, la cual recomendamos lleve en un pliego de papel y coloque en un lugar visible para los estudiantes.

Área	Propuesta
Campo del negocio: Identificar exactamente qué tipo de negocio, por ejemplo: confección de ropa, o reparación de vehículos, producción de alimentos, etc.	
Estilo del negocio: Por ejemplo: domiciliar, abrir una tienda, abrir un centro de capacitación y dar clases, vender por internet.	
Producto o servicio que producirá: Diseño de ropa, ropa hecha a mano, elaboración de patrones, solo unas partes del producto.	
Clientes: Describa las características Por ejemplo: mujeres entre 20-50 años, amas de casa, solteras, etc.	

Formato tomado de Swisscontact (2015).

Actividad 4

Nombre de la actividad: compartamos nuestra idea de negocio.

Propósito: comunicar nuestra visión de negocios a la comunidad.

Recursos: pliegos de papel, marcadores, mesas y manteles.

Tiempo estimado: 90 minutos (Dos períodos)

1. Al tener cada equipo su visión del negocio que desean, pídales que los compartan entre sí para que se pueda realimentar de la idea.
2. Luego organicen una exposición de las ideas de negocio a profesores, al gobierno escolar de su establecimiento y demás personas interesadas.
3. Para ello le recomendamos que cada grupo organice un estand de exposición con los detalles de su idea de negocio y preparen a uno de sus integrantes a comunicarlo. Hagan de cuenta que están exponiendo alternativas de negocios a los miembros de su comunidad que los retaron a pensar en ideas para el bienestar colectivo.
4. Evalúe la actividad a partir de la valoración de los criterios de los detalles propuestos en la idea de negocios y la comunicación que han realizado del mismo. Le recomendamos tener para esto un rúbrica.

Estudio de factibilidad de mercado en la generación de nuestro proyecto empresarial

3 Experiencia de aprendizaje

«Las oportunidades pequeñas son el principio de las grandes empresas»

-Demóstenes-

Competencia:

Ejecuta técnicas, con efectividad y calidad, en el desarrollo de procesos productivos.

Temas:

- Estudio de factibilidad de mercado: El mercado, nichos de mercado, mercadeo y competitividad.
- Producción y costos.
- Calidad, criterios e indicadores.
- Parámetros de calidad.

Recursos metodológicos:

Métodos y técnicas	Descripción	Propósito	Referencias
Juegos para el aprendizaje.	Contribuye en la expresión, la creatividad, la interacción y el aprendizaje de niños jóvenes y adultos.	Identificar los elementos que interactúan en la dinámica del mercado.	http://www.magisterio.com.co/articulo/el-juego-como-estrategia-ludica-de-aprendizaje
Investigación.	Conectar la investigación con la enseñanza. Permite la incorporación parcial o total del estudiante en una investigación basada en métodos científicos, bajo la supervisión del docente.	Adquirir información sobre el producto o servicio que se pretende producir u ofrecer a los clientes.	http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/abi/qes.htm
Simulación.	Las simulaciones generan un ambiente de aprendizaje interactivo, lo que permite a los estudiantes explorar la dinámica de un proceso.	Identificar los factores que influyen en el fenómeno comercial.	http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol9_1_95/ems03195.htm

Fase de inicio

Actividad 1
Nombre de la actividad: el mercado de mi comunidad.
Propósito: identificar los elementos que componen el mercado.
Recursos: pliegos de papel y marcadores.
Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Dé la bienvenida a sus estudiantes a esta nueva secuencia de aprendizaje. Pídales que se reúnan en los equipos que han venido trabajando desde la experiencia anterior.

2. Entregue un pliego de papel y un marcador a cada equipo. Pida que dibujen el mercado de su comunidad. Para esto tienen un tiempo de 15 minutos.

3. Ahora pida que peguen sus dibujos en la pared de la clase e invite a un representante de cada grupo para que comparta verbalmente el contenido de sus dibujos.

4. Indique que el tema a tratar es el mercado y comparta la siguiente definición: «Mercado son las relaciones de venta y compra de productos o servicios. Nuestro mercado son todos los clientes, que están interesados y adquieren los productos o servicios que ofrecemos y todas las personas que puedan ser compradores potenciales.» (UNESCO, 2015)

5. Pegue el siguiente esquema en el pizarrón, el cual debe tenerlo en un pliego de papel. Ahora solicite que, por equipo, identifiquen cada categoría en sus dibujos, poniéndoles un círculo alrededor, o que las dibujen sino las tienen.

Los elementos del mercado son:

6. Propicie un espacio de diálogo en base a las siguientes preguntas:
   a) ¿Qué valoran cuándo compran en el mercado?
   b) ¿Por qué prefieren comprar en una tienda y no en otra?
   c) ¿Qué otras cosas ven en el mercado que no han sido mencionadas?
   d) Agregue otras que considere apropiadas.
7. Las respuestas a las preguntas le proporcionan elementos de juicio para valorar el logro del propósito de la actividad.

Actividad 2

Nombre de la actividad: ¿Qué producto beneficiaría más a la comunidad?

Propósito: retar a definir la factibilidad de su idea de negocio.

Recursos: hojas de papel, lapicero, pizarrón y marcadores.

Tiempo estimado: 45 minutos

1. Ustedes son un grupo que quieren invertir en un producto o servicio que beneficie a la comunidad. Tienen una idea de negocio, pero no saben del todo si la gente de la comunidad comprará el producto o usará el servicio que tienen en mente. Imaginen

que si invertimos en un producto o servicio que nadie compra porque es muy caro o no necesitan, perderemos nuestro dinero y la comunidad continuará insatisfecha en su necesidad. ¿Qué podemos hacer para saber si la idea funcionará o no?

2. Pida a los estudiantes que en una hoja de papel realicen una lluvia de ideas y luego las compartan con toda la clase.

3. Valore el número de ideas generadas como evaluación.

Actividad 3
Nombre de la actividad: para aprender debemos…
Propósito: definir una agenda de aprendizaje.
Recursos: pliegos de papel y marcadores.
Tiempo estimado: 25 minutos

1. Comparta con sus estudiantes esta agenda de trabajo:

2. Recuerde mantener a la vista la ruta de aprendizaje todo el tiempo que dure la experiencia de aprendizaje.

3. Atienda preguntas sobre cada una de las acciones.

Fase de desarrollo

Actividad 1

Nombre de la actividad: minimercado

Propósito: identificar los factores que influyen en el mercado.

Recursos: caja de objetos para vender en el mercado, dinero simbólico, pliegos de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 90 minutos. (Dos períodos)

1. Pida a sus estudiantes enumerarse de uno a cinco. Haga que se reúnan por grupos de acuerdo a su número.
2. Indique que los grupos uno, dos, tres y cuatro a partir de ese momento se convierten en una empresa que produce o vende los productos que se les entregará en una caja. Se les debe explicar que no podrán usar más cosas que lo que se les dará. Indíqueles que para convencer a los compradores o usuarios de que les compren, deben desarrollar una estrategia de venta.
3. Dé como máximo 10 minutos para que definan el producto o servicio que ofrecerán y otros 10 minutos para que organicen su puesto de venta. Algunos aspectos que deben planificar son: a) los precios de los productos o servicios, b) su estrategia de ventas (Ejemplo: ofertas, atención al cliente, etc.), sus vendedores y la rotulación de su local.
4. Asígneles un espacio en el aula y una mesa para montar su negocio.
5. Finalmente, indíqueles que habrá tres rondas para las ventas. Al finalizar cada una deberán reunirse para analizar sus resultados y decidir nuevas estrategias de venta para mejorarlas.
6. Por separado instruya a los integrantes del grupo cinco, que serán los clientes. Los clientes deberán ser por lo menos tres y se les asignarán diferentes poderes adquisitivos (alto, medio y bajo) que se definirá por el monto de dinero simbólico que se les dará, con el que podrán comprar el producto o servicio que deseen. No están obligados a comprar. Indique que deben actuar de la manera más natural posible, tal como lo hacen en la vida real. Compártales que habrá tres rondas para poder comprar, en las que deben actuar así: en la primera ronda solo deberán observar y preguntar sobre los productos y servicios, en la segunda podrán comprar solo un producto o servicio y en la tercera comprar libremente de acuerdo a sus posibilidades y criterios.

7. Al estar montados los puestos de venta y estar listos los clientes, indique que se abre la Feria de los productos y servicios. Dé la bienvenida a la primera ronda, indique que observen las reglas y deje que se desarrolle la dinámica, solo controle el tiempo.

8. Al final de cada ronda, dé cinco minutos para que los vendedores dialoguen sobre sus resultados, tomen decisiones y accionen.

9. Finalizada las tres rondas, abra un espacio para que dialoguen sobre su experiencia en el rol que jugaron. Si lo cree conveniente, puede formular las siguientes preguntas: ¿Qué aspectos identificaron en la actividad? ¿Qué personajes hubo? ¿Qué sucedió entre empresa y empresa? ¿Les costó decidir qué producir u ofrecer? ¿En qué se basaron para producir u ofrecer? ¿Vendieron?, ¿Por qué vendieron?, ¿Por qué no vendieron? A los clientes: ¿Qué observaron? ¿Compraron? ¿Qué compraron? ¿Por qué compraron? ¿Por qué no compraron?

10. Registre la síntesis de las respuestas a las preguntas, la que le dará parámetros de valoración de la comprensión de los aprendizajes. De ser necesario de una realimentación de los aprendizajes.

Contenido de la caja de productos: cartón, hojas de papel, tarjetas de cartulina, hilo, lana, cáñamo, tijeras, alambre, botones, revistas, vasos, platos, cubiertos desechables, globos, material de desecho (latas, recipientes de gaseosas, cartones de huevo, otros). Dinámica adaptada de Swisscontact (2015).

11. Exponga o comparta el siguiente texto a sus estudiantes o si lo prefiere, puede proyectar el siguiente video accediendo al vínculo. https://www.youtube.com/watch?v=wJmQ8ERCEn0 o escaneando el siguiente código QR:

12. Pida a los estudiantes que lean el siguiente texto:

Mercadeo

Generalmente cuando se habla de mercadeo, se incluyen las actividades y movimientos necesarios para hacer llegar los productos y servicios a los clientes, de tal manera que queden satisfechos y la empresa obtenga utilidades o beneficios.

El mercadeo es una operación que involucra cuatro actividades esenciales: investiga y analiza todos los aspectos involucrados en el mercado, con base en la información obtenida, planifica las estrategias para posicionarse en el mercado y evalúa constantemente.

A partir de este proceso, cree sus estrategias de mercadeo, con base en las llamadas «4P»: plaza, producto, precio y promoción.

a) Estrategia para el producto

¿Qué es lo que compra el cliente? ¿En qué manera satisfacemos sus necesidades? ¿Qué venden las compañías celulares? Realmente venden aire, un servicio que no podemos ver. Pero claro que no lo anuncian así. Su producto es «seguridad», «cercanía», «diversión», etc.

¿Qué venden las compañías de electrodomésticos y tiendas similares? Podría decirse que muebles y electrodomésticos. Las compras a crédito en estos comercios son demasiado caras si se comparan con las compras de contado. Sin embargo, ellos venden «abonos chiquitos», «facilidades de pago». No sólo venden una estufa o un refrigerador. Venden la satisfacción de poder comprar una estufa o un refrigerador ahora que lo necesito y pagarlo poco a poco sin ahorcar mi presupuesto mensual.

¿Cuáles son las características de su producto? ¿Por qué habrían de preferir comprar su producto en vez del de la competencia? Elementos del producto a los que se debe de prestar también mucha atención son: la marca, el empaque, el servicio y la garantía.

13. *Pida a los estudiantes que respondan en hojas de papel la siguiente pregunta:* ¿Qué estrategias usaron ustedes o vieron que usaron sus compañeros?

b) Estrategia de precio

Un error común que cometen muchos empresarios al momento de establecer sus precios es basarse en el costo de producción únicamente, y de ahí agregar un porcentaje de utilidad. También hay que pensar ¿cuánto vale este producto para nuestros clientes?

La necesidad también ayuda a establecer el precio. Es la ley de la oferta y la demanda. Razones como estas hacen que el precio de las medicinas sea tan alto. La salud es un valor muy grande, y las industrias farmacéuticas se aprovechan de ello para obtener enormes ganancias.

¿Cuánto está dispuesto a pagar su cliente para cubrir esa enorme necesidad que tiene?

Como parte del precio se deben establecer claramente también las políticas de precios, ya sea descuentos por mayoreo, gastos de envío, comisiones, etc.

14. *Pida a los estudiantes que respondan en hojas de papel la siguiente pregunta:* ¿Qué estrategias usaron ustedes o vieron que usaron sus compañeros?

c) *Estrategia de plaza*

¿Dónde vamos a vender nuestros productos? No es lo mismo vender libros en una plaza comercial que en un mercado, o por internet. Un buen punto de venta puede ayudar al éxito o al aumento de precios. Un mal punto de venta puede significar el fracaso de la empresa.

No tienen las mismas tarifas los taxistas que tienen su parqueo en el aeropuerto que aquellos que operan fuera. No es lo mismo comprar libro en una librería que comprarlo por internet. No es lo mismo, los productos que venden en el supermercado en la repisa superior que en la repisa que está al alcance de la vista.

¿Dónde vende sus productos? ¿Está en el lugar adecuado en el momento justo?

d) *Estrategia de promoción*

La promoción consiste en informar a la gente que su producto existe. Nadie comprará algo que no conoce. Hay que hacerle saber a la gente que existe una solución para sus problemas; que su empresa tiene ese producto o servicio con el que han soñado. Existen varias formas de hacer promoción, aunque la más conocida es la publicidad.

Dentro de las técnicas de promoción están: publicidad, promoción de ventas, venta personal, propaganda, relaciones públicas, etc.

15. *Pida a los estudiantes que respondan en hojas de papel la siguiente pregunta: ¿Qué estrategias usaron ustedes o vieron que usaron sus compañeros?*

Texto tomado de Swisscontact (2015), excepto las preguntas.

Actividad 2
Nombre de la actividad: buscando nuestro nicho de mercado.
Propósito: identificar un nicho de mercado.
Recursos: pliegos de papel, marcadores y textos impresos.
Tiempo estimado: 90 minutos. (Dos períodos)

1. Indique que, para realizar este ejercicio, deben reunirse y trabajar con el equipo que han venido planificando una idea de negocio.

2. Ya reunidos, indique que el tema a estudiar son los «nichos de mercado» y que, para ello, deben leer el siguiente contenido y subrayar las ideas que consideran importantes.

Nicho de mercado

Un nicho de mercado es una porción bien definida de un segmento de mercado, en la que los individuos poseen características y necesidades similares, las cuales no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

- Características del nicho de mercado
  - Tienen necesidades o deseos específicos y parecidos: Por lo general, consisten en necesidades o deseos muy particulares y que, además, tienen su grado de complejidad; por lo cual, este grupo está dispuesto a pagar un «extra» para adquirir el producto o servicio que cumpla con sus expectativas.
  - Existe la voluntad para satisfacer sus necesidades o deseos: es decir, presentan una «buena predisposición» para adquirir un producto o servicio que satisfaga sus expectativas. En el caso de las empresas u organizaciones, tienen la «capacidad de tomar decisiones de compra».
  - Existe la capacidad económica: Cada componente del «nicho de mercado» tiene la suficiente capacidad económica que le permite incurrir en los gastos necesarios para obtener el satisfactor de su necesidad o deseo. Incluso, están dispuestos a pagar un monto adicional por lograr una mejor satisfacción. (Ejemplo: Los coleccionistas de autos clásicos)
  - Requiere operaciones especializadas: Al existir necesidades o deseos con características específicas e incluso complejas, el nicho de mercado requiere de proveedores especializados y capaces de cubrir sus expectativas. (Ejemplo: industria de calzado para personas con pie plano.)
  - Existen muy pocas o ninguna empresa proveedora: En aquellos nichos de mercado donde las particularidades y la complejidad de sus necesidades o deseos requieren de una alta especialización, es normal que no existan más de una o dos empresas proveedoras, incluso puede darse que no exista ninguna.

Ejemplos de nichos de mercado.

Sector económico	Nicho de mercado
Alimentos	▪ Alimentos orgánicos ▪ Alimentos frescos ▪ Alimentos congelados ▪ Alimentos lácteos ▪ Alimentos cárnicos
Información	▪ Blogs y revistas especializadas para amas de casa.
Confección de ropa	▪ Para mujeres de la tercera edad.
Entretenimiento	▪ Obras de teatro y conciertos para niños especiales.
Ingeniería	▪ Asesoría, insumos para la microempresa.
Líneas aéreas	▪ Clase ejecutiva.

Identificar nichos de mercado puede dar la oportunidad de convertirse en líderes de mercados más pequeños. Empresas como Johnson & Johnson son líderes en el mercado de productos para la salud e higiene, atendiendo diversos nichos de mercado, como productos para bebés, adultos, hombres, mujeres, etc.

Los nichos de mercado pueden significar una alta rentabilidad, debido a que la empresa que los atiende los llega a conocer muy bien y a cumplir con sus expectativas. Esto permite que pueda vender con costos un poco más elevados que la competencia, por el valor agregado. Texto tomado de Swisscontact (2015).

3. Pegue en el pizarrón o en un lugar visible un pliego de papel con la siguiente agenda de trabajo, explique cada uno de los procesos y responda a las dudas. Le recomendamos acompañar a los grupos en el proceso de definición de su nicho de mercado.

Actividad	Tiempo
1. Analicen y decidan sobre el nicho o los nichos de mercado que atenderán.	10'
2. Evalúen y describan las características de sus productos/servicios.	5'
3. Analicen y describan las características de sus clientes.	5'
4. Identifiquen la competencia existente en el territorio en donde ustedes estarán atendiendo su negocio. (Si es posible escriban nombres de tiendas, expendios, empresas que conozcan).	10'
5. Coloquen alguna otra idea que consideren necesaria sobre sus productos o servicios.	5'
6. Analicen y propongan «la diferencia» que le ofrecerán a sus clientes, en función de la competencia.	5'
7. Preparen la presentación de los resultados de su trabajo.	5'
Total	**45'**

4. Reparta un ejemplar del siguiente formato por Equipo, el contenido es un ejemplo.

1. Sector económico: Industria. Sub sector: Confección de ropa. Nicho de mercado: Empresas con más de 100 empleados. ¿Por qué este nicho? Porque pueden tener la capacidad de comprar uniformes para sus empleados.	**2. Nuestro producto/ servicio:** ▪ Precio en relación a la competencia. ▪ Control de calidad de materias primas. ▪ Control de calidad de producto acabado. ▪ Optimización de procesos. ▪ Atención inmediata a reclamaciones de clientes. ▪ Servicio a domicilio. ▪ Otros (descríbalos)	**3. Clientes** ▪ ¿Quiénes son? ▪ ¿En dónde están ubicados? ▪ ¿Qué retos tienen? ▪ ¿Cuáles son sus preferencias? ▪ ¿Cuándo compran o contratan? ▪ ¿Cuánto compran? ¿Por qué compran? ▪ ¿Por qué utilizan el producto/servicio?
4. Competencia ▪ ¿En qué área geográfica tienen presencia? ▪ ¿Cuántos son? ▪ ¿De qué tamaño son las empresas? ▪ ¿Cuántos clientes creen ustedes que tiene la competencia? ▪ ¿Qué productos/servicios ofrece? ▪ ¿Calidad del producto/ servicio? ▪ ¿Características de los productos o servicios que ofrecen? ▪ ¿A qué precios?	**5. Alguna otra idea o información que consideren necesaria sobre sus productos o servicios.**	**6. «La diferencia»** Qué tendrá nuestro producto o servicio que no ofrece la competencia.

Ejercicio adaptado de Swisscontact (2015).

5. Al terminar el ejercicio, se invita a cada Equipo a compartir sus resultados.

6. Elabore una rúbrica para evaluar los elementos del formato de nicho de mercado.

Actividad 3

Nombre de la actividad: investigación de mercado.

Propósito: adquirir información sobre el producto o servicio que se pretende producir u ofrecer.

Recursos: pliegos de papel, marcadores, hojas de papel bond, lápices y lapiceros.

Tiempo estimado: 90 minutos (Dos períodos)

1. Pida a los estudiantes reunirse en los equipos ya formados.

2. Solicite que realicen la investigación de mercado de su producto o servicio como idea de negocio. Para ello, en un primer período trabajarán en la elaboración de un cuestionario.

3. Presente en un pliego de papel los tipos de preguntas que pueden formular y un ejemplo que pueden seguir. A partir de esta explicación los estudiantes elaborarán la propia. Se sugiere, como complemento a la explicación, se entregue la teoría impresa en hojas, para que los integrantes de los equipos la estudien y la tengan a mano para consulta.

4. Acompañe a cada equipo en este proceso. Indique que con el cuestionario elaborado, deberán salir a las calles de la comunidad y deberán entrevistar por lo menos a tres posibles clientes, por cada integrante de equipo. Esto les quedará de tarea.

5. En la siguiente clase se procederá a tabular los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas y luego se presentarán en plenaria.

6. Para este ejercicio, deberá diseñar una lista de cotejo y una rúbrica. La primera para valorar el cuestionario elaborado con el propósito de identificar la inclusión de todos los aspectos mencionados y la segunda para valorar los resultados de su aplicación en el campo.

7. Este es el texto base para la formulación de las preguntas para el cuestionario, la cual deberán estudiar los estudiantes.

Guía para la elaboración de cuestionario

1. Antes de formular un cuestionario, debe tener claro:
   - El objetivo de la investigación y qué información necesita,
   - A qué personas se dirigen las preguntas.

2. Anotar un saludo introductorio de presentación al inicio del cuestionario.
3. Hacer las preguntas claras y con un lenguaje accesible. Se deben omitir preguntas complicadas, términos con más de un significado y palabras técnicas desconocidas por el entrevistado.
4. Eliminar las preguntas que sugieran respuestas predefinidas.
5. Las preguntas deben facilitar la posibilidad de respuestas condicionales.
6. Evitar las preguntas íntimas. Si es necesario recurrir a ellas, se deben tratar con mucho cuidado.
7. Las preguntas deben prepararse en forma tal que faciliten las respuestas.
8. La apariencia del cuestionario debe ser limpia y atractiva.
9. Las preguntas deben acomodarse en orden progresivo, con el objeto de lograr el registro lógico de la información.
10. Toda pregunta que remita a hechos reales, debe limitarse a obtener la información que la persona entrevistada pueda recordar claramente. Para no violar este punto es indispensable evitar el uso de preguntas que fuercen la memoria del entrevistado.
11. Antes de solicitar una entrevista, es necesario asegurarse de que la persona puede dar información y tiene experiencia en el tema.

Tipos de preguntas

Deben emplearse distintos tipos de preguntas, según la información deseada, el grado de conocimientos de los entrevistados sobre el tema, la mayor o menor complejidad del tema a indagar y, finalmente, la forma en que se desean tabular los resultados. Por eso los cuestionarios deben contener diferentes tipos de preguntas; los tipos más frecuentes son:

Preguntas introductorias: son las que tienen por finalidad atraer la atención del entrevistado, disponiéndolo favorablemente hacia la entrevista personal o el cuestionario enviado por correo. Se trata de preguntas agradables y sugestivas, que despiertan el interés del entrevistado, aunque no estén en relación directa con el tema objeto de la investigación.

Preguntas abiertas: en estas, la posibilidad de respuesta por parte del entrevistado no está limitada, sino que puede elegir con absoluta libertad el sentido de la misma. Al no existir condicionamiento alguno respecto al sentido de la respuesta, estas preguntas suelen proporcionar una riqueza de información y una amplia diversificación.

Ejemplos de preguntas abiertas.	Ventajas de su utilización	Desventajas de su utilización
¿Qué opina de los productos de fabricación nacional? ¿Qué marcas conoce, que sean similares a mi producto o servicio? De todas las marcas que mencionó conocer, ¿Qué opina de…? ¿Por qué? ¿Por qué no consume refresco para acompañar su comida diaria?	No limita la libre elección de la respuesta por parte del entrevistado. La elección de las palabras que componen la pregunta no tiene ninguna influencia sobre las respuestas del entrevistado. Permite averiguar el grado de conocimiento del entrevistado en torno a la cuestión sobre la que se indaga.	Dificulta el registro fiel de las respuestas, pues son pocos los entrevistadores que saben recoger la información de manera adecuada, sin deformar con interpretaciones subjetivas el sentido de la verdadera opinión expresada por el entrevistado. El análisis de resultados, que exige una codificación posterior, resulta muy laborioso, sobre todo cuando se opera con muestras amplias.

Preguntas cerradas: Son aquellas cuyas posibles contestaciones se limitan por contener en su texto, las posibles alternativas de respuesta.

Ejemplos de preguntas cerradas:	Ventajas de su utilización	Desventajas de su utilización.
¿Acostumbra consumir refresco en alguna ocasión? Sí No ¿Consumiría refrescos dietéticos durante las comidas? Sí No En general, ¿considera usted que los refrescos dietéticos son…... que los que no lo son? Mucho mejores Mejores Iguales Peores Mucho peores	Requiere, en efecto, muy poco tiempo para su comprobación y proporciona una contestación categórica que permite fácilmente su anotación y posterior tabulación. El entrevistado se limita a cruzar el número correspondiente. Por lo general, permite obtener un alto porcentaje de respuestas definidas. Casi no existe posibilidad de que el entrevistador se confunda con interpretar y transcribir la respuesta.	Un leve error en la trascripción puede ocasionar la inversión completa del sentido de la respuesta. Si las alternativas son muy numerosas, la elección requerirá un esfuerzo mayor por parte del entrevistado. No es adecuado para el análisis de cuestiones complejas o poco conocidas.

Preguntas de respuesta múltiple: son aquellas cuyas respuestas se hallan casi exhaustivamente previstas, pero deja abierta la posibilidad de que el entrevistado se refiera a un extremo distinto de los predeterminados. Esta clase de preguntas se establece de modo que las respuestas más frecuentes aparezcan consignadas y codificadas en el cuestionario.

La lista de alternativas debe ser suficientemente completa para que incluya el máximo de respuestas posibles.

¿Cuáles productos consume alguna vez en su casa, a la hora de la comida del mediodía?

Leche	Café	Refrescos	Agua pura
Jugo embotellado	Jugó en polvo	Jugo natural	Otros (especificar)

Preguntas de evaluación: en ellas se pide al entrevistado que exprese un juicio de valor respecto a un determinado tema que se somete a su consideración. El interrogado debe proceder a una clasificación selectiva de los elementos que se le indican expresamente; o debe elegir, frente a una lista de valores, aquel o aquellos que estime preferentes. Por ejemplo:

Mucho mejor **Mejores** **Iguales** **Peores** **Mucho peor**

Preguntas ponderativas: se dan a escoger posibles respuestas en orden progresivo de calificación. Ejemplo: preguntar por las marcas que compran habitualmente. Mencione en orden de importancia

¿Cuál prefiere en primer lugar? ¿Cuál en segundo lugar? ¿Cuál en tercero?

a. Marca (.....) b. Marca (.....) c. Marca (.....)

Texto tomado de Swisscontact (2015).

Fase de cierre

Actividad 1

Nombre de la actividad: autoconocimiento.

Propósito: promover la reflexión y posición personal sobre su actuación en las actividades de aprendizaje.

Recursos: diario de pensamientos y sentimientos y lapicero.

Tiempo estimado: 15 minutos.

1. Pidas a los estudiantes que, de forma individual, en su diario de pensamientos y sentimientos, den respuesta a las siguientes interrogantes:
   a) ¿Cuál ha sido mi aporte al equipo para obtener los resultados?
   b) ¿He participado activamente?
   c) ¿Me siento satisfecho o satisfecha con lo realizado y aprendido?
2. Pida el diario de pensamientos y sentimientos al final de la clase. Esto le servirá para calificar la calidad de la autoevaluación y su contenido de acuerdo a los criterios establecidos previamente en la guía para la autoevaluación que ha elaborado. Algunos aspectos a evaluar son: la comprensión de los procesos y de los contenidos del aprendizaje. Realimente los aspectos que sean necesarios a partir de los resultados de la autoevaluación.

Actividad 2

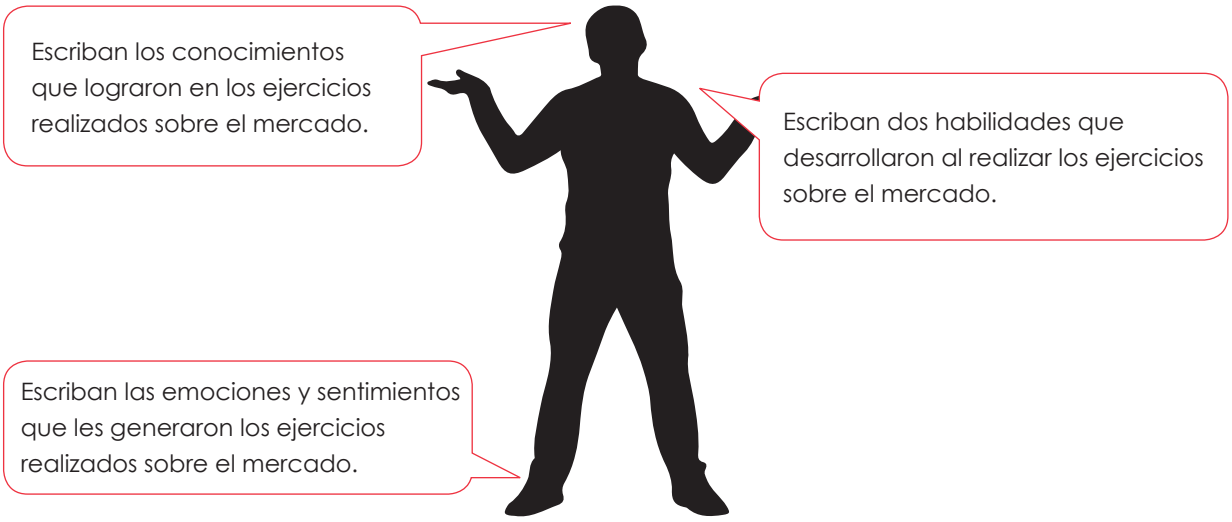
Nombre de la actividad: nuestros aprendizajes.

Propósito: tomar conciencia de lo que han aprendido y de cómo lo han aprendido.

Recursos: pliegos de papal y marcadores.

Tiempo estimado: 30 minutos.

1. Pida que por equipo elaboren en un pliego de papel el siguiente esquema y que realicen lo que se les pide.



2. Elabore una rúbrica para evaluar los aprendizajes expresaron en la silueta. Algunos aspectos a considerar son: la apropiación del concepto de mercado, estudio de mercado, su importancia en el emprendimiento de un nuevo negocio y la conciencia que tiene de los procesos desarrollados (metacognición).

Actividad 3

Nombre de la actividad: en búsqueda de un nicho de mercado.

Propósito: trascender el ambiente escolar para poner en práctica los conocimientos y habilidades en situaciones reales.

Recursos: la comunidad, hojas de papel bond y lapiceros.

Tiempo estimado: 30 minutos.

1. Indique a los estudiantes que de forma individual deberán dar un recorrido por la comunidad e identificar «nichos de mercado». Esto implica identificar productos o servicios que su comunidad puede producir para otras comunidades. Algunos aspectos a observar con detenimiento son: las artes que se da en la comunidad, la producción agrícola y pecuaria, los servicios potenciales de turismo, etc. Al identificar «nichos de mercado», dará la oportunidad a las personas de pensar en un emprendimiento económico, que ayudará a generar fuetes de empleo y riqueza colectiva. Deben registrar las ideas en su cuaderno de notas.

2. Pida que escriban en una hoja de papel bond por lo menos un «nicho de mercado de la comunidad» y que describan e indiquen por qué creen que es un negocio potencial.

Actividad 4

Nombre de la actividad: este es nuestro «nicho de mercado»

Propósito: compartir los resultados de su investigación con sus compañeros de clase.

Recursos: la comunidad, cuaderno, hojas de papel y lapiceros.

Tiempo estimado: 25 minutos (Dos períodos)

1. Previo a llevar a cabo la comunicación de su «nicho mercado», el estudiante debe elaborar un collage (mosaico de imágenes). Las imágenes deben ser obtenidas de recortes de dibujos de periódicos o revistas, de ser posible, imágenes tomadas con cámara de celular.
2. Señale un espacio en la pared, donde pegará su collage y luego compartirán sus argumentos del por qué se constituye en un potencial nicho de mercado. Este es un ejemplo de collage.
3. Evalúe el hallazgo de nicho de mercado, sus argumentos y su desenvolvimiento en la presentación del mismo por medio de una rúbrica.

Producción y costos del proyecto

4 Experiencia de aprendizaje

«Hay muchas malas razones para empezar una empresa. Pero solo hay una buena razón y creo que sabes cuál es: para cambiar el mundo»

- Phil Libin, fundador de Evernote.

Competencia:

Formula, con base en el diagnóstico y resultados de una experiencia, propuestas de trabajo comunitario que contribuyan al desarrollo de la comunidad.

Temas:

- Costos de producción.
- Perfil del proyecto empresarial.
- Feria de emprendimiento.

Recursos metodológicos:

Métodos y técnicas	Descripción	Propósito	Referencias
Aprendizaje cooperativo	Estos métodos organizan pequeños grupos con el objetivo de establecer vínculos necesarios para la cooperación entre pares, grupos pequeños o con los compañeros de clase.	Desarrollar por equipos de trabajo un Proyecto empresarial cooperativo.	http://www.um.es/eespecial/inclusion/docs/AprenCoop.pdf
Pedagogía de la pregunta	La pregunta cuestiona nuestra zona de confort y nos genera conflicto cognitivo, para luego lograr el desarrollo de aprendizajes.	Cuestionar los aprendizajes como forma de construir nuevas, sobre la base de los conocimientos previos.	https://gradoceroprensa.wordpress.com/2015/10/19/por-una-pedagogia-de-la-pregunta-de-paulo-freire/
Ferias	Los estudiantes aplican los conocimientos teóricos-prácticos desarrollados durante una experiencia de aprendizaje y los comunican a la comunidad educativa.	Crear un espacio de enriquecimiento en las áreas de aprendizaje que se integran en la construcción de un Proyecto de emprendimiento e innovación.	https://www.acofipapers.org/index.php/acofipapers/2013/paper/viewFile/422/203

Fase de inicio

Actividad 1

Nombre de la actividad: mí presupuesto personal.

Propósito: relacionar el tema con sus conocimientos y su experiencia.

Recursos: cuaderno de notas, lapicero, pliego de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Dé la bienvenida a los estudiantes a esta nueva experiencia de aprendizaje. Indique que se elaborará un presupuesto personal, como un ejercicio previo a elaborar el presupuesto de su proyecto.
2. Elabore el siguiete cuadro en un pliego de papel y peguelo en un lugar visible. Para empezar, indique que lo primero que deben identificar son los ingresos y egresos habituales. Es decir lo que se obtiene y lo que se gasta en un mes. El siguiente cuadro es un ejemplo:

Presupuesto personal del mes de enero de 2019

Ingresos		Egresos	
Salario	Q 1,500.00	Transporte	Q 600.00
Aporte de mis padres	Q 500.00	Alimentación	Q 800.00
		Telefonía	Q 125.00
		Internet	Q 100.00
Total ingresos:	Q 2,000.00	Total egresos:	Q 1,625.00
Saldo (Ingresos-egresos)= Q 375.00			

3. Deles un consejo sano: como se aprecia que hay un saldo positivo de Q 375.00, puede destinar este a una cuenta de ahorros para contar con dinero para gastos imprevistos o una inversión. Un prespuesto personal permite controlar el dinero para no caer en deudas innecesarias.

4. Ahora solicite que en su cuaderno elaboren el propio y luego propicie un espacio de diálogo al respecto, para ello, puede auxiliarse de las siguientes preguntas:
   a) ¿Fue fácil o difícil hacer nuestro prespuesto? ¿por qué?
   b) ¿Habían elaborado antes un prespuesto?
   c) ¿Creen que es de utilidad contar con un presupuesto personal?
   d) Incluya otras que consiedere necesarias para el análisis.
5. Revise las operaciones y los rubros del presupuesto, estos le darán informaión certera a cerca del cumplimiento del propósito del ejercicio.

Actividad 2

Nombre de la actividad: ¿Cuánto cuesta nuestra idea de negocio?

Propósito: desafiar al estudiante para que costee su producto.

Recursos: pliego de papel, marcadores, pizarrón y cuaderno de notas.

Tiempo estimado: 30 minutos.

1. Pida a sus estudiantes que se reunan en los equipos habituales para continuar con la planificación de su Proyecto empresarial.
2. Indique que el reto en esta fase es determinar los costos de producción del producto o servicio que se pretende lanzar al mercado. Señale que los empresarios socios deben asegurarse que el dinero invertido no se perderá o acabará, sino que producirá ganancias que permitan que tanto los socios como los trabajadores vivan dignamente. También deben asegurarse que el producto satisfaga las necesidades de la comunidad.
3. Propicie una lluvia de ideas a partir de la siguiente pregunta: ¿Cómo lo lograremos?
4. Escriba las respuestas en el pizarrón o en un papelógrafo y valore a partir de las mismas el cumplimiento del propósito de la actividad.

Actividad 3

Nombre de la actividad: cronograma de aprendizaje.

Propósito: tener conciencia de una ruta de aprendizaje definida.

Recursos: pliegos de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 20 minutos

1. Recoja las ideas del ejercicio anterior y elabore en un pliego de papel el siguiente cronograma de actividades de aprendizaje para la presente experiencia:

2. Explique en qué consiste cada uno de los procesos, conteste preguntas y ubique en un lugar visible la secuencia, para que los estudiantes acudan a él para consultar.

Fase de desarrollo

Actividad 1

Nombre de la actividad: producción de barriletes.

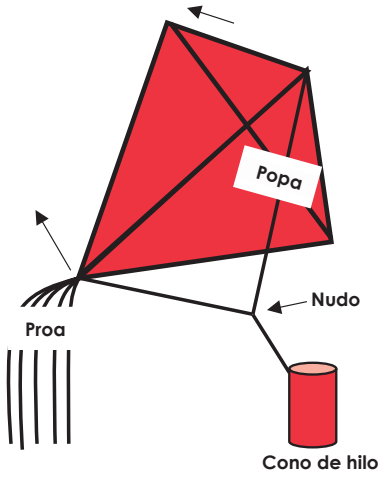
Propósito: experimentar un proceso productivo en donde los estudiantes tengan la oportunidad de elaborar un plan de producción.

Recursos: 1 pliego de papel de china, 3 varillas de madera, goma, tijeras, regla, un cono de hilo, hojas de papel periódico, lápiz y calculadora por cada equipo de trabajo.

Tiempo estimado: 135 minutos. (Tres períodos)

1. Indique a los estudiantes que los temas a tratar son la producción y los costos de un producto.
2. Continúe diciendo que trabajarán en los mismos equipos en los que ha estado formulando su plan de negocios. A cada equipo se le entregarán los materiales para la elaboración de un barrilete y los formatos para que calculen sus costos de producción.

Plantéeles la siguiente situación: el caso es que ustedes participarán como



3. Empresa en una convocatoria para producir 10,000 barriletes, los cuales se utilizarán para una campaña relacionada con los derechos del niño y de la niña. La empresa «Libre como un barrilete», seleccionará a la empresa que elabore el mejor barrilete, en el mejor tiempo de entrega, que presente una buena planificación y que el costo sea el más bajo.
4. Para poder calcular el precio de venta de los 10,000 barriletes, cada empresa deberá de elaborar un barrilete (como el prototipo que se muestra a la derecha), analizar y completar el plan de producción y el formato de costos. Además, hará la presentación de la estructura administrativa de la empresa.

5. Al finalizar el ejercicio, cada empresa presentará su oferta, lo que permitirá decidir a qué empresa se contrata. El papel de contralor de calidad y del análisis costos será usted como docente.

6. Este es el «Plan de producción» que deberán llenar en dos hojas de papel bond. Se sugiere entregar impreso a cada equipo el formato.

Plan de producción

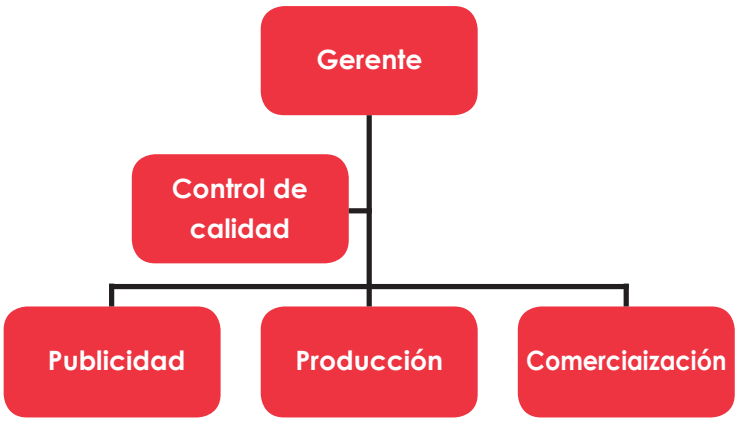
a) Perfil administrativo de la empresa:

Nombre de la empresa: _____ Dirección: _____

Años de experiencia: _____ Productos o servicios que produce: _____

Número de empleados: _____ No. de teléfono: _____

Estructura organizativa: (Elaboren un organigrama sencillo de su empresa)



b) Plan de producción de barriletes:

Producción por hora	Producción diaria	Número de trabajadores requeridos por día	Tiempo previsto para la producción de 10,000 barriletes

c) Análisis de costos:

No.	Costo del material		Costo del equipo		Costo de la mano de obra	
	Material	Q	Equipo	Q	Tipo de trabajador	Q
1	Pegamento		Tijeras		Administrativos	
2	Hilo				Operativos	
Total		Q		Q		Q

d) Síntesis de costos para la negociación de los barriletes

Costo de un barrilete.	Q
Precio de venta de un barrilete.	Q
Costo de 10,000 barriletes.	Q
Precio de venta de los 10,000 barriletes.	Q
Fecha de entrega.	

7. Registre las ofertas de las empresas en el siguiente formato que debe llevar en un pliego de papel.

Empresa	Costo de 1 barrilete	Costo de producción de 10,000 barriletes	Precio de venta de los 10,000 barriletes	Tiempo de entrega
Rayo de papel				
Vuela alto				

8. Compare y analice con cada equipo las propuestas. Puede hacer las siguientes preguntas: ¿Por qué creen que se dieron estos resultados? ¿Cuáles son las causas? ¿Se distribuyeron el trabajo? ¿Tuvieron dificultad con los cálculos? Agregue las preguntas que considere necesarias.

Actividad y texto modificado de Swisscontact (2015).

9. Evalúelos resultados de los cálculos de producción, el cálculo correcto y la comprensión de los conceptos.

10. En el siguiente período de clases, indique que deben estudiar el siguiente texto. Facilite el contenido a través de una presentación o solicite a los estudiantes que lean el texto en clase.

Producción

Es el proceso que conlleva la transformación o conversión de bienes o servicios, considerado como la base de la economía del sector empresarial y de cualquier país. Dentro de un sistema de producción se requiere de insumos y/o materia prima, de lo cual depende la calidad del producto o servicio final.

El economista Adam Smith estableció que los tres factores importantes para un proceso de producción son:

La tierra: recursos renovables y no renovables. Comprende los recursos naturales (agua, aire, plantas, animales, minerales, fuentes de energía) necesarios para la producción agrícola y pecuaria. Pero también incluye la tierra urbanizada y, por consiguiente, se refiere al lugar o espacio en el que se lleva a cabo el proceso productivo. La tierra es generadora de una buena parte de materia prima.

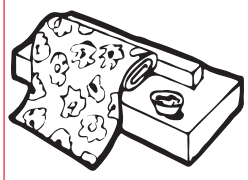
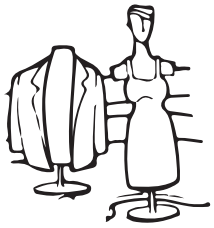
El trabajo: Es la actividad física e intelectual que realiza el individuo. En el entorno de la economía, el trabajo se refiere al esfuerzo que se realiza para asegurar un beneficio económico. Sin embargo, en términos sociales, se considera que el trabajo dignifica al ser humano y forma parte de la autorrealización y del desarrollo personal.

Capital: En términos empresariales, el capital productivo se refiere a la integración de varios recursos que sirven para producir bienes y servicios, dentro de ellos: la tierra, los bienes inmuebles, la maquinaria, el inventario de materia prima y productos terminados; mientras que el capital financiero, está integrado por acciones de la empresa, saldos en efectivo en las cuentas bancarias, etc. Asimismo, el capital financiero es el que permite formar una empresa y ponerla a funcionar.

Producción de bienes

Es mucho más sencillo imaginarse un proceso de producción de algo concreto (un bien), tomando en cuenta que durante todo el proceso se puede ver, tocar, sentir e incluso oler la materia prima, la maquinaria, las personas que participan, y el producto final.

Requerimientos para la producción de bienes:

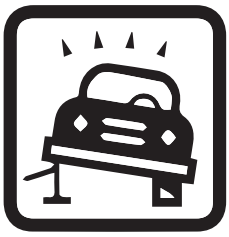
Materia prima	Maquinaria y equipo	Mano de obra	Sistemas, normas y logística	Producto final
				
Insumos requeridos para la producción.	Instalaciones, energía, etc.	Experiencia, capacidad y calidad.	Organización	De acuerdo a lo planificado.

Producción de servicios

En lo que se refiere a la producción de servicios, es todo lo contrario. La producción de servicios tiene una especial caracterización tomando en cuenta que al momento en que lo solicitamos, este es no es concreto (intangible). No sabemos, por ejemplo, cómo nos quedará el corte de cabello, cómo funcionará el vehículo que enviamos a reparar, si funcionará o no la computadora, etc. Por consiguiente, este no se puede ver, tocar, escuchar o probar. La satisfacción del cliente depende del nivel de cumplimiento en la entrega del servicio, la calidad, el nivel profesional, etc.

Otra característica de los servicios es que no hay un resultado igual que otro, no se pueden valorar antes de que lo entreguen. A pesar de que en la producción de servicios se tiene proximidad con el proveedor, el cliente no puede externar opinión, ni manifestar satisfacción previa a que le entreguen el resultado del servicio.

Requerimientos para la producción de servicios:

Conocimiento	Experiencia	Equipo y materiales	Sistemas, normas y logística	Producto final
				
Se basa en la facultad que se tiene para ofrecer el servicio.	Personal calificado.	Énfasis en la calidad del servicio.	No es almacenable.	Intangible: no sabemos si funcionará el vehículo después del servicio.

Las empresas de servicios también tienen un programa de producción, basado principalmente en la capacidad del recurso humano, por lo que es necesario administrar muy bien el tiempo para prevenir inconvenientes, y asegurar que se tiene la facultad para satisfacer los requerimientos del cliente, el día y la hora en que se ofreció.

Para ejemplificar la producción de servicios, se pueden mencionar las empresas que ofrecen, servicios de salud, financieros, educativos, formación empresarial, servicio de vehículos, reparación de equipo de computación, diseño, salones de belleza, investigación y desarrollo, mantenimiento de edificios. Texto tomado de Swisscontact (2015).

Actividad 2

Nombre de la actividad: ¿Qué necesitamos para producir?

Propósito: definir la materia prima para la producción.

Recursos: pliegos de papel, marcadores, hojas y lapiceros.

Tiempo estimado: 90 minutos. (Dos períodos)

1. Proponga al equipo de trabajo que formulen el plan de producción de su Proyecto. Para esto:
   a) Deben decidir cuántos y cuándo van a producir los productos o servicios.
   b) Hacer un listado de todas las actividades, de la materia prima y de los insumos a utilizar.
   c) Calcular el tiempo que lleva hacer determinada cantidad de bienes y servicios.
2. Elabore este formato en un pliego de papel y explique que la forma de llenarlo es describiendo el proceso de producción o de prestar servicios por etapas, lo más detallado posible, en palabras clave como, por ejemplo: preparar la tierra, sembrar, abonar, etc. Pueden usar varias hojas para ello.

Pasos	Mano de obra para realizar una unidad	Conocimiento y habilidades necesarias.		Insumos necesarios		Equipo, herramientas, local necesario	
	Tiempo	¿Cuál?	Mi habilidad	Tipo	Cantidad	Tipo	Cantidad
Comprar	1 hora	Precios	100%	Harina Huevos	5 Lbs. 1 docena	Bicicleta	1
Amasar	5 libras en ½ hora	Saber usar el bolillo.	75%	Harina	2	Bolillo	1
Hornear	4 pasteles en una hora	Saber la temperatura del horno.	100%	Leña	40	Horno	2

Mano de obra:

Tipo de mano de obra	Costo por hora	Costo por día
Trabajo calificado (con conocimiento y experiencia)		
Trabajo semicalificado (con poco conocimiento y experiencia)		
Trabajo no calificado (sin conocimiento y experiencia)		

3. Acompañe a los equipos de trabajo para definir estos insumos, proponga, cuestione y brinde insumos para que los estudiantes logren visualizar todos los elementos que requieren su emprendimiento económico. Indique que solo deben llenar los espacios que requiera su Proyecto.

4. Es necesario ahora desarrollar un trabajo de campo para investigar sobre los precios de la materia prima que requiere la elaboración de su producto, la maquinaria necesaria y la mano de obra. Para ello deben acordar salir a hacer las averiguaciones con por lo menos tres proveedores de los insumos.

a) Materia prima:

	Insumo	Precio	Calidad
Proveedor 1 Nombre:			

b) Equipo y herramientas:

	Equipo y herramientas	Precio	Cantidad	Observaciones
Proveedor 1 Nombre:				

c) Mano de obra:

Tipo de mano de obra	Costo por hora	Costo por día
Trabajo calificado.		
Trabajo semicalificado.		
Trabajo no calificado.		

5. En una clase, compartan los resultados de la investigación de campo y las siguientes peguntas: ¿Qué aprendieron en la investigación? ¿Fue necesario hacerla? Complemente con las preguntas que considere necesarias. Texto modificado de (Swisscontact (2015).

6. Proyecte el siguiente video que encontrará en el siguiente vínculo: https://www.youtube.com/watch?v=r_cOD2HE0DA o, si lo prefiere, escanee el siguiente código QR. Este servirá para reforzar la comprensión acerca del tema.

7. Elabore una lista de cotejo para calificar el cálculo de costos de los proyectos. Los aspectos que debe observar están: la calidad de los insumos que emplearán, el cumplimiento de los derechos laborales para sus empleados (Ejemplo: pago del salario mínimo) y la comprensión de los conceptos.

Actividad 3

Nombre de la actividad: costeo de nuestro producto.

Propósito: determinar el costo de producción y venta del producto.

Recursos: hojas de papel, pliegos de papel y marcadores.

Tiempo estimado: 90 minutos (Dos períodos)

1. Indique que ahora corresponde el estudio de los costos, para ello pídales que estudien el siguiente texto:

La inversión se define como la cantidad de dinero que la empresa gasta para producir o vender sus productos o servicios. Se llama costeo a la manera como se calculan los costos para producir o vender un producto o proveer un servicio. Texto tomado de GTZ / PROMOCAP (2006).

Los negocios tienen costos diferentes, sin embargo, en todo negocio o empresa existen dos tipos de costos: costos variables y costos fijos.

Costos variables: Son los costos que están relacionados directamente con los productos o servicios que producirán y venderán, los materiales empleados, así como la mano de obra utilizada. Son los costos que cambian cuando la producción varía. Ejemplos: materia prima, el empaque, el agua para limpiar los productos, la mano de obra, comisiones sobre ventas.

El costo de material aumenta en la misma proporción como aumenta la cantidad de productos o servicios elaborados. Esto significa que, si no produces, no gastas en material.

Ejemplo de costos variables:

Cantidad de jugos a producir	Costo materia prima (Fruta, azúcar, leche)	Costo de mano de obra	Costo variable total
1	Q 2.00	Q 1.50	Q 3.50
2	Q 4.00	Q 3.00	Q 7.00
8	Q 16.00	Q 12.00	Q 28.00

Costos fijos: Son los costos que no están relacionados directamente con los productos o servicios que vendan. Estas son costos como el alquiler del local, sueldos fijos, depreciación, intereses, electricidad, agua, promoción, etc. Son los costos que tendrán que pagar independientemente de si la empresa produce o no.

El costo total de nuestro Proyecto Empresarial es la suma de los costos fijos y variables. Texto tomado de GTZ / PROMOCAP (2006).

2. Pida a los estudiantes que, con la información obtenida en la investigación de campo, costeen el producto o servicio que quieren instalar, pueden usar el siguiente formato, el contenido es un ejemplo:

Venta de jugos «El buen gusto»

a) Costos variables: Producción proyectada: 1,000 jugos.

Materia prima	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Naranjas	300 unidades	Q 1.00	Q 500.00
Bananos	200 unidades	Q 0.50	Q 100.00
Fresas	5 libras	Q 5.00 libra	Q 25.00
Moras	5 libras	Q 7.00 libra	Q 35.00
Papaya	10 unidades	Q 10.00	Q 100.00
Leche	10 litros	Q 20.00	Q 200.00
Azúcar	25 libras	Q 5.00	Q 125.00
Vasos plásticos	1,000 unidades	Q 0.25	Q 250.00
Pajillas	1,000 unidades	Q 0.10	Q 100.00
Servilleta de papel	1,000 unidades	Q 0.10	Q 100.00
Agua pura	10 garrafones	Q 17.00	Q 170.00
TOTAL			**Q 1,705.00**

Costos fijos:

Salario del dueño	Q 1,000.00
Salario de ayudante	Q 500.00
Alquiler local	Q 500.00
Total costos fijos	**Q 2,000.00**

Costo total de mi proyecto: Q 3,705.00

Nuestros costos variables mensuales son: Q 1,705.00.

Dividamos Q 1,705.00 entre 1,000, nos da como resultado 2.79. Esto quiere decir que, por cada jugo producido, hay un costo variable de Q 2.79.

Nuestros costos fijos mensuales es de Q 2,000.00.

Entonces, se divide Q 2,000.00 entre 1,000, esto da como resultado 2. Esto quiere decir que, por cada jugo producido, hay un costo fijo de Q 2.00.

El costo de producir un jugo se obtiene de sumar el costo variable y el costo fijo de cada jugo, así: Q 2.79 más Q 2.00. ***El resultado es que cada jugo que produzcamos tendrá un costo de Q 4.79***

¿Cómo fijamos el precio de venta?

a) Debemos conocer el precio de los jugos de la competencia.
b) La calidad de atención que daremos y de nuestro producto.
c) Decidir el margen de ganancia que queremos lograr.

Si decidimos que cada jugo tendrá un valor de venta de Q 10.00. El valor de venta de los 1,000 jugos será de Q 10,000.00. (10x1,000)

Nuestro margen de ganancia lo calcularemos así:

a)	Monto total de venta proyectado:	Q 10,000.00
b)	(-) Costo total de mi proyecto:	Q 3,705.00
	Margen de ganancia neta:	Q 6,295.00

Los cálculos están hechos para un negocio ya establecido (por razones prácticas), por lo que no se contempla la compra de maquinaria y equipo. Si nuestro proyecto es nuevo, se deben contemplar estos costos como fijos. En este caso hay que tener claridad que los primeros meses el margen de ganancia será mínimo debido a que se está en recuperación del capital invertido. Luego de un tiempo, solo se incluirá un porcentaje por la devaluación de la maquinaria y equipo, por lo que nuestros márgenes de ganancia aumentarán.

3. Siguiendo el ejemplo, pida a los equipos de trabajo que en hojas de papel efectúen el cálculo del producto o servicio que ofrecerán.

4. Elabore una lista de cotejo para valorar cada uno de los aspectos de los costos de producción y de la determinación del precio del producto que han realizado los estudiantes. Es importante que valore la participación de todos y de la comprensión de los conceptos.

Fase de cierre

Actividad 1
Nombre de la actividad: autoevaluación
Propósito: revisión de actitudes.
Recursos: diario de sentimientos y pensamientos.
Tiempo estimado: 15 minutos.

1. Pida a sus estuantes que den respuesta en su Diario de sentimientos y pensamientos:
   a) ¿Cómo me siento con mi aprendizaje?
   b) ¿Cómo ha sido mi actitud ante el reto de aprendizaje?
   c) ¿Por qué me siento satisfecha(o)?
   d) Agregue las preguntas que considere necesarias.
2. Pida el diario de pensamientos y sentimientos al final de la clase. Esto le servirá para calificar la calidad de la autoevaluación y su contenido de acuerdo a los criterios establecidos previamente en la guía para la autoevaluación que ha elaborado. Algunos aspectos a evaluar son: la comprensión de los procesos y de los contenidos del aprendizaje. Realimente los aspectos que sean necesarios.

Actividad 2
Nombre de la actividad: consolidando mi aprendizaje.
Propósito: sintetizar lo aprendido durante la experiencia.
Recursos: pliegos de papel y marcadores.
Tiempo estimado: 45 minutos.

1. Pida a los estudiantes que expliquen a partir del caso que se les plantea, los conceptos que aparecen en el listado que sigue al texto.

El arte textil en las comunidades Mayas es vigente hoy. Los güipiles son de gran belleza y conservan un legado histórico único. Cada lienzo de tejido representa una forma de ver y concebir el mundo. Dibujen un güipil Maya y traten de definir cómo calcularían el precio de la pieza. No utilice números solo expliquen los elementos conceptuales que intervienen en su elaboración:

a) Qué se debe considerar para fijar el precio.

b) La materia prima para elaborarla.

c) Qué costos variables se deben considerar (tomen en cuenta el valor cultural).

d) Qué costos fijos.

e) Otros que usted considere necesarios.

2. Evalué a partir de una rúbrica la comprensión de los conceptos que intervienen. De especial importancia que, para evaluar el precio es indispensable que valoren el significado para la persona y cultura significa portarla, este detalle forma parte de la definición del precio.

III. ORIENTACIONES AL DOCENTE

1. Orientaciones metodológicas generales

El proceso educativo en cada una de las aulas de las escuelas guatemaltecas enfrenta realidades heterogéneas, complejas y en las que intervienen múltiples factores. En este sentido, debe de tomarse en cuenta que las metodologías educativas reflejan y refuerzan una concepción del ser humano (antropología), de la sociedad y de la función de la educación. Así, las propuestas contenidas en esta guía apuestan a la transformación y el mejoramiento de los aprendizajes para que desde la escuela se incida en la construcción de una sociedad más equitativa y consciente de la importancia de la educación en todos sus ámbitos.

Además de preguntarnos qué metodologías emplear, cómo y cuándo utilizarlas, es imprescindible que, como docentes, apliquemos la práctica de la evaluación de los aprendizajes de manera constante.

Quisiéramos puntualizar algunos elementos que resultan imprescindibles en cualquier propuesta metodológica y que deben concretarse en el aula y en el encuentro entre docentes y estudiantes.

A. **Aprendizaje significativo:** Es indispensable activar conocimientos previos, generar conflictos cognitivos y motivación en el proceso de aprendizaje.

B. **Crear sentido:** Las actividades realizadas tienen sentido, crean sentido, son experiencias con significado. No es llenar a los estudiantes de actividades, ni pasar el tiempo o «perder el tiempo». Para esto es necesario que las actividades estén contextualizadas, tomen en cuenta los aportes de la psicopedagogía, posean una lógica educativa y posibiliten la reorganización cognitiva del estudiante.

C. **¿Qué van a aprender?** Es indispensable tenerlo claro. **¿Cómo van a aprenderlo?** Es la propuesta metodológica. **¿Para qué van a aprenderlo?** Es el sentido del aprendizaje y va profundamente relacionado con la competencia, así que la «competencia» es el núcleo y eje orientador del proceso educativo

D. **Proceso de evaluación:** La evaluación está presente en todo el proceso de aprendizaje, con recursos, técnicas y momentos variados, genera autoeficacia y autorregulación, incorpora distintos enfoques evaluativos y tipos de evaluación, al servicio del aprendizaje de competencias

E. **Integralidad de los aprendizajes:** Promueve vivencias y experiencias de aprendizaje, no solo conocimientos teóricos ni fragmentados. Refleja un enfoque interdisciplinar, multidisciplinar y transdisciplinar. Manifiesta una comprensión integral del ser humano y busca la integridad. Incluye elementos para la transformación del ambiente educativo.

F. **Elementos afectivos:** Utiliza estrategias, incorpora el elemento lúdico y promueve experiencias para el desarrollo socioemocional y el buen manejo de las emociones.

G. **Pensamiento científico:** Posee una amplia y profunda base científica, con contenidos confiables, fundamentados y validados. Desarrolla habilidades cognitivas, científicas y procesos de investigación.

H. **Sentido comunitario:** Promueve espacios de aprendizaje con la comunidad y posibilita e incluye la vivencia y los valores comunitarios. Desarrolla procesos cooperativos.

I. **Identidad y pertenencia:** Incluye y ejercita elementos específicos de los pueblos, culturas y contextos en que se desarrolla. Promueve y propicia el conocimiento, aprecio y crítica de la propia cultura, e incorpora las experiencias cotidianas y elementos metodológicos de su cultura.

J. **Interculturalidad:** Concientiza sobre la riqueza de la diversidad cultural y promueve experiencias satisfactorias a través del trabajo común entre estudiantes de diversas culturas. Supera los estereotipos y etiquetas excluyentes, ofensivas y marginadoras. Promueve el conocimiento y el aprecio (valoración) de los elementos culturales específicos de los pueblos guatemaltecos y de otras culturas (espiritualidad, arte, historia, medicina, etcétera).

K. **Apropiación lingüística:** Promueve procesos de comprensión en el propio idioma y el uso de las principales categorías lingüísticas de los pueblos de Guatemala, evidenciando el vínculo entre idioma, cultura y vida. Propone estrategias que evidencien el uso del idioma como medio de desarrollo de la comunidad.

L. **Incidencia social:** Vincula el tratamiento de contenidos y el desarrollo de actividades con las necesidades, problemas y anhelos de la comunidad y del país, subrayando el carácter transformador de los procesos educativos. Presenta actividades con enfoque de derechos humanos, de inclusión y de equidad, ejemplificando realidades a transformar.

M. **Innovación:** Permite concretar cambios a nivel de aula, incluye actividades que afectan la cotidianidad y desarrolla capacidad de discernimiento para saber cómo priorizar y transformar.

N. **Mediación:** Practica las habilidades del docente como mediador. Incluye materiales y recursos que facilitan el aprendizaje.

2. Orientaciones para elaborar experiencias de aprendizaje

La guía con orientaciones para la innovación metodológica es un recurso que puede servir de modelo o de ejemplo, pero no agota las posibilidades metodológicas y el compromiso de cada docente para elaborar sus propias guías.

El desarrollo de cada área del currículo y el aprendizaje durante todo el año no quedan agotados solo en una guía, por lo que corresponde a cada docente preparar experiencias de aprendizaje que posibiliten la construcción de los aprendizajes que corresponden a cada grado y a cada área curricular.

A continuación, le proponemos un breve proceso para diseñar y organizar sus experiencias de aprendizaje:

a. **Identifique las competencias, indicadores de logro y contenidos que va a trabajar en su experiencia de aprendizaje**
   Debe tener muy clara la competencia a desarrollar. Puede buscarla en el Currículo Nacional Base por pueblos y ahí mismo identificar los indicadores de logro que le permitirán corroborar en qué medida se ha trabajado la competencia.
   Además de tener clara la competencia con los indicadores de logro respectivos, especifique los contenidos conceptuales, actitudinales y procedimentales que va a trabajar en la experiencia de aprendizaje a diseñar. Este ejercicio de planificación le permite tener claridad en el ¿para qué? y en el ¿qué? se va a trabajar en la experiencia de aprendizaje.
b. **Seleccione algunas propuestas metodológicas con las que trabajará la experiencia de aprendizaje**
   Hay muchas opciones metodológicas, sin embargo, se debe elegir aquella que permita alcanzar la competencia de forma más eficiente. Al mismo tiempo, la que pueda relacionarse mejor con la apropiación que cada docente tenga de la metodología y que permita alcanzar los aprendizajes buscados.
c. **Repase los principios o indicadores que debe tener en cuenta para diseñar su experiencia de aprendizaje**
   En las orientaciones metodológicas generales se identifican algunos principios metodológicos que debe tener en cuenta al momento de diseñar sus experiencias de aprendizaje.

d. **Identifique algunas actividades que permitan vivir la experiencia de aprendizaje requerida**

   Puede acudir a algunas fuentes y experiencias de diversos procesos educativos para transformar o crear actividades que permitan que los estudiantes construyan aprendizajes. Debe tener clara la secuencia en el desarrollo de las actividades.

e. **Ubique las actividades dentro de las fases de la experiencia de aprendizaje**

   En la explicación del uso de la presente guía están descritas las tres fases de la experiencia de aprendizaje y el tipo de actividades que pueden incluir cada una de las fases. Seleccione las actividades que mejor se adecuen a cada fase.

f. **Identifique las actividades con su propósito, recursos y tiempo**

   Cada actividad debe tener una clara concepción en su propósito: ¿para qué?, ¿qué recursos requiere para su realización?, ¿en cuánto tiempo se puede realizar?

g. **Dedíquele atención especial a los recursos para realizar la actividad**

   Para la buena realización de las actividades planificadas, tenga en cuenta los recursos y, aunque no siempre cuente con todos, haga uso de su creatividad para incluir los que sí tiene a mano.

h. **Revise que en las distintas fases (Inicio, Desarrollo y Cierre) se encuentren diferentes procesos de evaluación**

   La evaluación no es una actividad específica y aislada, aunque también pueden existir actividades evaluativas. Diversas modalidades y técnicas de evaluación se planifican a lo largo de las distintas fases y como parte de las actividades propuestas.

3. Orientaciones para el diseño y la asignación de tareas

1. ¿Qué son las tareas escolares?

Son actividades fuera del horario normal de clase que deben estar orientadas y planificadas de acuerdo con un objetivo de aprendizaje y ser acordes al nivel de estudio, al proceso integral del aprendizaje y al contexto sociocultural. Son actividades que deben ser significativas para el aprendizaje.

Las tareas tienen sentido en función de un aprendizaje y están al servicio del mismo para alcanzar la plenitud de vida dentro de un contexto específico.

Las tareas reflejan, apoyan y desarrollan un modelo, unos principios y unas metas educativas.

2. Características de las tareas

Son características que se alcanzan en grado diverso, pero, idealmente, las tareas:

- Están integradas (y se evidencia) a las experiencias de aprendizaje de los estudiantes, al trabajo en el aula y a la vida del estudiante en su contexto específico.
- Han sido cuidadosamente planificadas en su objetivo, elaboración, evaluación y, sobre todo, tienen «sentido» para los estudiantes.
- Están adecuadamente dosificadas en cantidad y extensión, en grado de dificultad y son acordes al nivel de madurez del estudiante, de manera que no provoquen frustración, apatía, fatiga excesiva, desmotivación o rechazo al aprendizaje.
- Contribuyen al desarrollo de procesos de autorregulación[1] y autoeficacia[2] de los estudiantes.
- Toman en cuenta las diferencias y características particulares de los estudiantes y de su contexto.
- Están directamente relacionadas con las competencias, objetivos, temática y trabajo en el aula.
- Se planifican dentro de sistemas adecuados de comunicación entre docentes, con los padres de familia y con los estudiantes.
- Responden claramente a un modelo y concepción educativa que busca plenitud e integralidad en el desarrollo de cada estudiante

3. Lo que debe evitarse

Los aspectos negativos y los errores en que podemos incurrir al prepararlas, asignarlas y evaluarlas.

Principales errores en torno a las tareas. **Debe evitarse que sean:**

- Empleadas como castigo.
- Usadas como medio de control al estudiante, de su tiempo y del desarrollo de su vida en familia y en comunidad.
- Mecánicas, repetitivas, sin significado para el estudiante y para el contexto.
- Fuente de desánimo, desinterés o apatía de los estudiantes hacia el aprendizaje.
- Desconectadas con el trabajo desarrollado en el aula.

[1] Es la capacidad de ordenar y manejar los esfuerzos, recursos y estrategias para alcanzar una meta o resolver un problema, permite mejorar el aprendizaje y el rendimiento.
[2] Autoeficacia es el pensamiento y sentimiento sobre la propia capacidad de logro y de tener éxito en lo que se propone.

- Desgastantes y que impliquen un costo desproporcionado en tiempo, recursos, salud[3] y necesidad de apoyo (de tutores o familia) para realizarlas.
- Desprovistas de los recursos necesarios (cognitivos, de habilidades, actitudes, económicos, etc.) para su realización.
- Promotoras de desigualdades, discriminación y frustración.
- Negadoras de beneficio significativo en el proceso de aprendizaje.
- Inentendibles respecto a lo que debe hacerse, cómo hacerlo y para qué hacerlo.
- Acentuadoras o limitadoras a lo puramente memorístico, repetitivo e irreflexivo.
- Propiciadoras de resolver por medio de «buscar, copiar y pegar».

4. Orientaciones sobre la asignación, elaboración y evaluación de tareas

Para un mejor aprovechamiento de las tareas, se recomienda que:

A. En torno a la pertinencia:

- Sean apropiadas a la edad, necesidades, intereses y capacidades de los estudiantes y de cada estudiante.
- Sean significativas[4] dentro del proceso educativo.
- Tengan en cuenta las posibilidades reales para realizarlas; que cuenten con recursos, tiempo, habilidades, tecnología, entorno familiar y comunitario favorable.
- Propicien la autonomía, la responsabilidad, el desarrollo de autorregulación de los estudiantes.
- Estén ser mediadas a los contextos y cultura específicas de los estudiantes.
- Favorezcan la apropiación de los aprendizajes, de la cultura y del idioma.

B. En torno a la planificación:

- Se asignen de acuerdo a una programación y en los tiempos más oportunos. Los docentes deben coordinarse entre sí para la asignación de tareas.
- Tengan un propósito claro y comprendido por los estudiantes.

[3] Estar muy atentos a que las tareas no sean fuente de deterioro físico (dolores de cabeza, pérdida de sueño, estrés), o emocional (frustración, desmotivación, baja autoestima)

[4] Que sean significativas implica que los estudiantes le encuentren sentido a las tareas, que permitan el mayor y mejor enriquecimiento posible, que la tarea asignada, realizada y evaluada adquiera significado en su vida, en su contexto, en sus experiencias.

- Estén conectadas con la competencia y el aprendizaje buscado.
- Se diversifiquen los tipos de tarea de acuerdo a los estudiantes, abriendo la posibilidad al reconocimiento de la individualidad.
- En los centros escolares deben elaborarse, en un ambiente de reflexión y diálogo, los criterios, políticas y normas sobre las tareas escolares.
- Cuando sea posible, favorezcan tiempos, espacios y recursos para la realización de la tarea en el mismo centro escolar.

C. En torno a la cantidad:

- Las tareas sean de distinto tipo: de ocio y diversión, de convivencia y apoyo familiar, de interacción comunitaria.
- No asignen tareas a realizarse durante fines de semana, feriados y época de exámenes.
- Coordinen las tareas de las distintas áreas y su grado de dificultad, abriendo la posibilidad a tareas interdisciplinarias.
- El tiempo asignado a las tareas debe ser gradual y acorde al grado que se está cursando. Tome en cuenta estas consideraciones: Primaria (hasta tercer grado): que no exceda los 20 minutos[2] diarios; Primaria (de 4°. a 6°.): no más de 40 minutos; Básicos: hasta 1 hora; Diversificado: de 1.5 horas a 2 horas como máximo.

D. En torno a la evaluación:

- Proporcione siempre una retroalimentación significativa, a fin que las tareas que sean revisadas, comentadas y valoradas justa y oportunamente.
- Si bien la tarea está asociada con la calificación de un curso, fomente una comprensión mayor de puntaje obtenido por el estudiante, a través de la reflexión sobre de los aspectos positivos y de aquellos que es necesario reforzar.
- No favorezca una cultura de la trampa, de la copia, del engaño ni del poco esfuerzo; pero sí procesos cooperativos y colaborativos (bien planificados y conducidos) para la realización de tareas.
- Las tareas que requieran un largo período para su realización, cuenten con el seguimiento y las evaluaciones parciales que motiven y retroalimenten su buen desarrollo.

[5] Tiempo diario total que contempla la suma total de las tareas de distintas áreas y que en los cursos superiores (diversificado) implica investigación, proyectos y los informes respectivos para desarrollar habilidades de comunicación y escritura.

Referencias bibliográficas

1. Ayerdi, H y López-Hurtado, L.E. (2015). *¡Muchá Emprendamos! Pautas para el emprendimiento en el nivel medio*. Guatemala: Deutsche Gesellschaft Internationale Zusammenarbeit (GIZ) Gmbh.
2. Cruz Muralles, M. L. (2014). *Modelo de Formación Empresarial.* Guatemala: Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico Swisscontact.
3. Dominguez, J. I. (17 de marzo de 2005). *www.gestiopolis.com*. Recuperado el 25 de noviembre de 2017, de www.gestiopolis.com: https://www.gestiopolis.com/diferencias-producto-servicio/
4. GTZ / PROMOCAP. (2006). *Costos.* Guatemala: GTZ Promocap.
5. Montes, Y. (17 de octubre de 2015). *www.prensalibre.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2017, de www.presnsalibre.com: http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/marina-alvado-eejmplo-de-desarrollo-comunitario
6. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2007). *Cómo iniciar mi propio negocio*. Sin ciudad: UNESCO.
7. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2015). *Inicie su propia Empresa*. San José, Costa Rica.: UNESCO.
8. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y la Oficina de la UNESCO en México. (2016). *Estrategias Didácticas - Guía para docentes de Educación Indígena*. México: UNESCO.
9. Swisscontact. (2015). *Manual del Facilitador Competencia Económica a traves de Formación Emprendedora*. . Guatemala: Swisscontact.
10. Thompson, I. (1 de octubre de 2008). *www.promonegocios.net*. Recuperado el 25 de noviembre de 2017, de www.promonegocios.net: https://www.promonegocios.net/administracion/que-es-administracion.html